UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

SENSEMAKING, AFFORDANCES ET ORGANISATION D'UN COLLECTIF DE TRAVAIL : LE CAS DE LA CRÉATION D'UN GUIDE D'ASSEMBLÉE DÉLIBÉRANTE SUR FACEBOOK

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR

BENOÎT MALRIC

JUIN 2025

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.12-2023). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENT

Je tiens à remercier tout d'abord ma femme, Maria Bugallo, pour son soutien tout au long de ma démarche et surtout pour avoir été mon premier public lorsque je réfléchissais à voix haute aux implications de ma recherche.

Je remercie aussi mon directeur de recherche, M. Benoît Cordelier, pour sa patience, sa bienveillance et son appui tout au long de ce marathon intellectuel dans un contexte plutôt particulier de changements radicaux.

Je remercie aussi les participants ayant contribué à l'expérience réalisée dans le cadre de cette recherche. Votre curiosité et votre désir de contribuer m'ont grandement aidé durant ce processus de recherche.

Je remercie mes parents ainsi que ma famille pour leur amour inconditionnel et leur présence significative dans ma vie.

DÉDICACE

À tous ceux pour qui le statu quo n'existe pas, ceux qui ont soif de connaissance et qui cherchent à comprendre le monde dans lequel nous évoluons.

À tous ceux qui nous aident à maîtriser notre capacité à communiquer, qui nous incitent à nous connaître et à découvrir l'autre et le monde dans lequel nous vivons.

À tous ceux qui par leur conscience rendent notre présent plus doux et agréable.

À tous ceux qui par leurs actions contribuent à un futur plus équitable.

Merci d'être qui vous êtes !

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENT ii

DÉDICACE iii

LISTE DES FIGURES vi

LISTE DES TABLEAUX vii

RÉSUMÉ viii

INTRODUCTION 1

CHAPITRE I PRÉSENTATION DE LA PROBLÉMATIQUE 6

1.1 Une recherche en communication organisationnelle sur les médias socionumériques 7

1.2 L'historique de la communication médiée par les nouvelles technologies 7

1.3 L'innovation proposée par les médias socionumériques 11

1.4 Les fonctionnalités des médias socionumériques 13

1.5 Un changement d'écosystème pour la communication interpersonnelle 18

1.6 Huit nouvelles potentialités pour la communication en groupe sur les médias socionumériques 20

1.7 Six limites potentielles des médias socionumériques sur la communication en groupe 24

1.8 La multiplication des cadres de référence technologique 26

1.9 Des questionnements concernant l'organisation d'un groupe sur les médias socionumériques 28

1.10 Pertinences scientifiques, communicationnelles et sociales 30

CHAPITRE II CADRE CONCEPTUEL 32

2.1 Le *sensemaking* selon Weick 32

2.1.1 La mise en œuvre (*enactment)* 38
2.1.2 La sélection 40
2.1.3 La rétention 41
2.2 La mémoire 43
2.3 La conscience collective 44
2.4 Nouvelles technologies 46
2.5 L'affordance 49

CHAPITRE III MÉTHODOLOGIE 55
3.1 Justification du paradigme constructiviste 55
3.2 Les techniques de collecte de données en contexte numérique 59
3.2.1 L'observation participante 61
3.2.2 Le journal de bord 62
3.2.3 La visite commentée à partir d'entrevues sur traces numériques 63
3.3 L'opérationnalisation de la recherche 65
3.4 Description des méthodes et procédés d'analyse 69

CHAPITRE IV Analyse 78
4.1 La mise en œuvre du processus de construction de sens au sein d'un groupe privé *Facebook* 79
4.1.1 Faire sens des multiples canaux disponibles pour communiquer 80
4.1.2 Faire sens de l'accès au lieu de communication du groupe 82
4.1.3 Faire sens de la composition du groupe 83
4.1.4 Faire sens de la participation au sein du groupe 89
4.2 La mise en oeuvre du processus de construction de sens au sein de nos groupes 107
4.3 Communiquer adéquatement en contexte de groupe sur *Facebook* 116
4.4 Les limites de notre recherche 121

Conclusion 129

BIBLIOGRAPHIE 138

ANNEXE A – Guide d'assemblée délibérante du groupe A

LISTE DES FIGURES

Figure		Page
2.1	Processus du sensemaking	33
4.2	Capture d’écran 1	97
4.2	Capture d’écran 2	97
4.2	Capture d’écran 3	104
4.2	Capture d’écran 4	109
4.2	Capture d’écran 5	109

LISTE DES TABLEAUX

Tableau Page

4.1 Codification des participants 74

4.1 Codification des interactions 74

RÉSUMÉ

Cette recherche s'articule à l'intersection de deux champs de recherche en communication organisationnelle, soit la communication en groupe et la communication médiée par les nouvelles technologies. Elle s'intéresse à la mise en œuvre du processus de construction de sens des membres d'un groupe privé communiquant uniquement via un média socionumérique, *Facebook*. Elle s'appuie sur le postulat que les médias socionumériques proposent un environnement de communication propice à l'intermédiation de la communication en groupe pour expérimenter la possibilité de dépasser les contraintes reliées au temps et à l'espace physique pour y effectuer des travaux collaboratifs, notamment dans les circonstances d'une assemblée délibérante. Ce contexte de communication étant influencé par le cadre de référence de chaque utilisateur, cette recherche investigue sur les façons dont les membres d'un groupe mobilisent les affordances de cet environnement technique pour négocier leur cadre de référence respectif avec les autres et arriver à développer une compréhension commune d'une tâche à réaliser. Pour ce faire, une expérimentation de 40 jours rassemblant deux groupes de sept personnes fut conduite. Les données ainsi collectées par une méthodologie qualitative associée à l'épistémologie constructiviste et analysée à partir d'un cadre conceptuel mobilisant le processus de construction de sens de Weick et d'affordance de Leonardi ont permis d'identifier des sources d'équivoques spécifiques à l'environnement d'un groupe sur *Facebook*, de constater la mise en œuvre du processus de construction de sens dans ces conditions et d'évaluer les combinaisons possibles d'affordance permettant de stimuler des interactions attentionnées au sein du groupe. La compréhension de ces éléments soulève à son tour de nouveaux questionnements, notamment en ce qui concerne les conditions de développement de la distance relationnelle sur ces dispositifs et l'implication des caractéristiques cognitives spécifiques mobilisées dans ce contexte de communication.

Mots clés : Communication organisationnelle, médias socionumérique, affordance, groupe, construction de sens, ethnographie numérique

INTRODUCTION

Lorsque l'on analyse le développement de la communication humaine au sein des groupes sociaux à travers l'histoire, l'on constate que le développement technique a tendance à influencer ses pratiques. Nous n'avons qu'à penser à l'impact de l'écriture sur les interactions humaines qui a permis de diffuser dans le temps et l'espace le savoir. Nous pouvons aussi nous référer à l'invention de l'imprimerie qui a réussi à démocratiser ce savoir auprès des masses en réduisant le temps de transcription des écrits. Ainsi, chaque époque a fait progresser les interactions entre êtres humains en réduisant les obstacles qu'ils pouvaient rencontrer. Ces innovations ont par la suite provoqué des changements sociaux importants comme le mentionne Stiegler (1994, p. 10) :

> Régulièrement, le " système technique " entre en évolution et rend caducs les " autres systèmes " qui structurent la cohésion sociale. Le devenir technique est originairement un arrachement, et la sociogenèse est ce qui se réapproprie cette technogénèse. Mais la technogénèse est structurellement en avance sur la sociogenèse – la technique est invention, et l'invention est nouveauté -, et l'ajustement entre évolution technique et tradition sociale connaît toujours des moments de résistance parce que, selon sa portée, le changement technique bouleverse plus ou moins les repères en lesquels consiste toute culture.

Plus près de nous temporellement, l'avènement des technologies de l'information et des communications a transformé notre façon d'interagir avec les autres, particulièrement depuis les innovations du web 2.0 et des médias socionumériques à la fin du 20^{e} siècle. Comme cette révolution technique de la communication est relativement récente, nous n'avons pas encore réussi à appréhender complètement les bouleversements qu'elle continue de produire sur la dynamique sociale.

Je me suis intéressé à ce sujet lorsque j'ai organisé une conférence pour *Les événements Les affaires* sur le marketing entre entreprises (Marketing B2B) en 2016. À ce moment, la très grande partie des préoccupations des participants portaient sur l'impact des médias socionumériques sur leurs pratiques. Par la suite, lorsque j'ai rejoint la Fédération des Chambres de Commerce du Québec

(FCCQ) en 2017, j'ai constaté leur difficulté à rassembler les membres de leurs différents comités à un même moment et à un endroit donné puisque ceux-ci étaient dispersés à travers la province du Québec. J'ai aussi fait le même constat lors de certaines de mes implications bénévoles sur des conseils d'administration concernant l'organisation d'assemblée générale. Je me suis alors questionné à savoir si les médias socionumériques pouvaient proposer une alternative intéressante aux limites physiques de devoir rassembler des membres d'une organisation au même endroit au même moment pour prendre des décisions au sujet de certaines propositions puisqu'ils offrent un nouvel environnement de communication pour les groupes. La capacité de communiquer en groupe à distance de façon asynchrone offerte par ces nouvelles technologies m'apparaissait détenir un potentiel intéressant à ce sujet.

À partir de mes lectures sur cette littérature, j'ai compris que de nombreux chercheurs provenant de domaines et d'épistémologies différents se sont penchés sur le sujet de la communication via les médias socionumériques, tels que Pastinelli, 2007, Boyd et Ellison, 2007, Coutant et Stenger, 2010 ; Le Deuff et al., 2010 ; Vitalis, 2015, Turkle et Richard 2015, Rosa et Vettraino 2016, Dilmaç, 2017, Leonardi, 2018 ou encore Patiño-Lakatos, 2018 pour ne nommer que ceux-ci. L'intérêt vient du fait que le processus d'interaction en ligne se différencie de celui hors ligne en raison des fonctionnalités programmées sur chacune des plateformes. La configuration de cette technologie, étant un construit complexe que l'on peut approcher de plusieurs perspectives, permet notamment à la communication de dépasser les contingences de l'espace physique et du temps pour communiquer avec autrui, ce qui redéfinit potentiellement le cadre de l'interaction humaine.

Ainsi, depuis l'avènement de ces nouvelles techniques de communication, on assiste à une transformation écosystémique des pratiques communicationnelles passées. McLuhan disait à juste titre que le médium est le message. Dans cette perspective, les médias socionumériques pourraient donc avoir un impact plus large sur notre communication que celui d'offrir une nouvelle façon de faire circuler de l'information comparativement aux médias plus traditionnels. Thompson décrit précisément la nature de ce changement du médium en ces mots :

> So what are the properties of this new form of interaction? Like other forms of mediated interaction, it involves the stretching of social relations across space and time and it involves a certain narrowing of the range of symbolic clues. But it differs from the other two kinds of mediated interactions in two key respects: unlike mediated quasi-interaction, it is dialogical in character; and unlike mediated interaction (e.g. telephone conversations), it is oriented towards a multiplicity of other recipients – it is many-to-many rather than one-to-one (Thompson, 2020, p. 6).

La communication au sein des groupes restreints n'y échappe donc pas. Elle peut être affectée par les potentialités offertes grâce à l'évolution des technologies de l'information et de la communication (TIC). Par exemple, les médias socionumériques permettent aux individus de se situer à différents endroits et d'échanger collectivement des messages à des moments différents sur un même lieu numérique afin de collaborer (Gozlan, 2018). Ils peuvent aussi utiliser divers modes pour communiquer entre eux telles que la visioconférence, les forums de discussions, les applications d'échanges de messages textes ou encore se constituer dans des groupes en ligne paramétrés par des plateformes telles que *Facebook*, *Linkedin*, *Teams*, *Discord* ou *Slack*. Chaque plateforme en ligne possède une configuration et une culture propre qui permet à son tour des formes de communications différentes. Ces nouvelles possibilités d'échanges sont relativement récentes dans l'histoire de l'humanité et leur mode d'utilisation diffère de ceux auxquels nous sommes habitués dans un groupe hors ligne.

Les contingences reliées à la Covid-19 qui ont considérablement affecté les réalités organisationnelles démontrent sur le plan pratique toute l'importance de mener ce type de recherche afin de consolider les tenants et les aboutissants de cette transformation des modalités d'échanges dans notre société. En effet, les contraintes imposées par les règles sanitaires reliées à la Covid-19 concernant les rassemblements ont permis aux professionnels de s'intéresser davantage aux potentialités des TIC pour le travail à distance, cependant les solutions et guides proposés reproduisent essentiellement, grâce à la visioconférence, les procédures développées en face-à-face en tentant de les adapter à l'aide d'applications complémentaires. C'est ce que suggère notamment le Regroupement des gestionnaires et copropriétaires du Québec (RGCQ),

l'Association Québec ainsi que le Regroupement loisir et sports du Québec (RLSQ) et le Centre québécois de services aux associations (CQSA) dans leurs guides respectifs. Faute de connaissances ou d'expériences sur le sujet, les fonctionnalités qu'offrent les médias socionumériques ne sont pas nécessairement considérées alors qu'elles recèlent une nouvelle potentialité pertinente et innovante. La complexité à mettre en place cette forme d'innovation sociale, les différentes configurations des plateformes numériques disponibles et les difficultés d'appropriation technique des publics cibles sont certains des enjeux pratiques mentionnés par les professionnels qui limitent le déploiement de ce type de solution.

C'est justement cette transformation du cadre de communication pour l'organisation de celle-ci en groupe lorsqu'elle est médiée par les TIC qui est l'objet de cette recherche. Nous souhaitons comprendre comment les membres d'un groupe en ligne, utilisant une plateforme de média socionumérique pour communiquer, arrivent à s'organiser, à développer leur conscience collective et à faire sens de l'utilisation du médium pour entretenir leurs relations, prendre des décisions et réaliser une tâche. Notre interrogation se porte particulièrement au sujet des façons dont ce changement du contexte spatiotemporel proposé par les médias socionumériques pour la communication en groupe permettrait d'organiser des assemblées délibérantes en ligne et ainsi dépasser certaines limites du format physique actuel.

Dans ce mémoire, notre problématique présentera brièvement l'évolution de la communication médiée par les nouvelles technologies afin d'énoncer les caractéristiques spécifiques des médias socionumériques. Nous expliquerons par la suite l'impact du développement de cette innovation communicationnelle sur les relations en groupe. Puis, nous présenterons les fonctionnalités spécifiques propres aux médias socionumériques en énonçant leurs potentialités, mais aussi leurs limites pour la communication en groupe à partir de la littérature scientifique à ce sujet. Nous terminerons cette première partie de ce mémoire en expliquant l'importance des cadres de référence technologique dans ce contexte de communication pour énoncer nos questions de recherche et établir leur pertinence scientifique. Nous avons choisi de nous concentrer sur le cas spécifique de la création collaborative d'un guide d'assemblée délibérante comme contexte de communication

pour effectuer notre recherche classique avec enquête puisque nous croyons que les médias socionumériques possèdent potentiellement de nouvelles caractéristiques pour surmonter les barrières physiques à leur organisation comme mentionné précédemment.

L'objet communicationnel de cette recherche représente la mise en œuvre de l'organisation de la communication d'un groupe dans un espace en ligne sur un média socionumérique. Nous souhaitons explorer plus précisément la façon dont se co-construit le cadre de référence technologique commun entre les individus membres d'un groupe qui évolue exclusivement sur les médias socionumériques à partir du concept de *sensemaking* proposé par Karl Weick. Pour ce faire, nous avons créé des conditions réelles pour que le groupe puisse émerger. Cette recherche fut opérée à partir d'une méthodologie qualitative interprétative appuyée sur l'épistémologie constructiviste et le paradigme interprétatif. Nous avons utilisé des procédés de l'ethnographie en ligne comme l'observation participante et le journal de bord en plus de mettre en pratique une forme récente de collecte de données, soit la visite commentée à partir d'entrevues sur traces numériques. Cette combinaison de modes de collecte de données nous a permis d'analyser les différents niveaux d'interactions qui se sont déroulés lors de notre expérimentation et de comprendre leurs propriétés pour l'organisation d'un groupe en ligne offertes sur le dispositif choisi. Notre analyse présentera différentes sources d'équivoques induites par le contexte de communication au sein d'un groupe privé. Nous décrirons par la suite la façon dont nos groupes expérimentaux ont mobilisé les affordances de la plateforme pour construire du sens pour leur collaboration. Puis, nous terminerons cette analyse en proposant des moyens d'améliorer le processus de développement d'un groupe au sein des médias socionumériques tant sur le plan social que technique. Conscients que cette recherche possède certaines limites, nous les mentionnerons à la suite de notre analyse. Nous espérons, par ce mémoire, contribuer à l'avancement du savoir en science des communications tout en ayant un impact pragmatique dans les pratiques des organisations et des groupes humains.

CHAPITRE I

PRÉSENTATION DE LA PROBLÉMATIQUE

Malgré leur relative récente apparition, les médias socionumériques bouleversent notre société et par la même occasion la façon dont nous communiquons. Cette recherche s'articule à l'intersection de deux champs de recherche en communication organisationnelle, soit la communication en groupe et la communication médiée par les nouvelles technologies. Nous vous présenterons dans cette section les thématiques nous apparaissant les plus pertinentes pour poser les bases de notre questionnement de recherche.

Nous présenterons tout d'abord brièvement notre choix d'approche. Puis, nous décrirons l'évolution de la communication médiée par les nouvelles technologies afin de positionner et définir les médias socionumériques. Ensuite, nous expliquerons leurs impacts sur la transformation du contexte de la communication interpersonnelle et la création de nouveaux espaces pour la communication en groupe en présentant les nouvelles possibilités et les limites pour celle-ci. Nous poursuivrons en expliquant que ces changements perturbent les cadres de référence technologique des utilisateurs. Dans ces circonstances, nous croyons qu'il est essentiel de comprendre les façons dont un groupe met en œuvre et organise sa communication sur ces plateformes ainsi que les applications pratiques potentielles de celles-ci. Nous avons choisi d'illustrer l'impact de cette transformation du contexte de communication pour les organisations par le phénomène d'une assemblée délibérante puisque le format actuel limite la participation des membres d'une organisation qui doivent se rassembler en un même lieu en un même moment pour une même durée afin de prendre conjointement leurs décisions. Nous terminerons cette section en présentant les pertinences scientifiques, communicationnelles et sociales en lien avec notre recherche.

1.1 Une recherche en communication organisationnelle sur les médias socionumériques

Sur le plan scientifique, les effets des médias socionumériques sont étudiés à partir de nombreuses perspectives, notamment en sociologie, en marketing et en éducation (Gozlan, 2018). Le domaine des sciences des communications s'y intéresse aussi à partir de différentes perspectives dont particulièrement la cybernétique et les études des médias de masse. Nous avons choisi d'effectuer notre recherche en mobilisant le domaine de la communication organisationnelle puisque comme le mentionnent Cooren et Robichaud (2019, p. 160) : « Sans communication, il n'y a pas d'organisation ». Ces auteurs ajoutent que dans sa version contemporaine, cette approche permet de considérer la contribution : « des artefacts, des machines, des textes, des images ou des éléments architecturaux au mode d'être et au mode d'action des organisations » (Cooren et Robichaud, 2019). Nous souhaitons traiter de la médiation technique de la communication au sein des groupes restreints à partir de leurs propriétés d'organisation collective. Mongeau et Saint-Charles (2019, p. 238) soulignent à juste titre qu'« en adoptant une approche communicationnelle pour comprendre les groupes de travail et agir en leur sein et auprès d'eux, on met l'accent sur les relations entre les membres et sur les phénomènes qui en émergent ». Il existe actuellement une quantité importante de travaux de recherche sur les médias socionumériques, mais il en existe peu qui abordent spécifiquement notre sujet de recherche à partir de la perspective de la communication organisationnelle. Nous élargirons donc à d'autres approches et disciplines notre revue sur la littérature afin de pouvoir bien cerner le changement du contexte communicationnel provoqué par l'avènement des médias socionumériques sur l'organisation de la communication et sur la façon dont cette modification du cadre communicationnel met en œuvre l'interaction des groupes en ligne.

1.2 L'historique de la communication médiée par les nouvelles technologies

L'importante adoption des médias socionumériques par la société a fait de la communication médiée par les nouvelles technologies un phénomène mondial incontournable pour notre époque. À ce titre, les données de la fin 2020 indiquent que 2,8 milliards d'usagers utilisent Facebook mensuellement et que 1,84 milliard de personnes s'en servent quotidiennement (Facebook, 2021). Lancé en 2004, Facebook représente actuellement l'archétype de ces plateformes de

communication interactive. Ce mode d'interaction s'inscrit dans la catégorie des nouvelles technologies de médiation de la communication. Ils ont la particularité de s'être ancrés rapidement dans les habitudes des gens comme le souligne Zhong (2021, p. 43) : « The internet-based digital media technologies, including social media, are the most widespread and rapidly adopted technology in human history ». Ils ne sont cependant pas les premières innovations considérées comme de nouvelles technologies à transformer le cadre de la communication humaine.

Il faut remonter à la fin de la Deuxième Guerre mondiale pour trouver une technologie s'apparentant à l'ordinateur que nous connaissons aujourd'hui (Thurlow, 2004). C'est à partir du 29 octobre 1969 qu'on l'on assiste à la première communication à distance médiée par des ordinateurs (Zhong, 2021). À l'époque, le coût de la technologie et le peu de mémoire vive de ces machines rendaient l'usage de ce type de pratique réservée exclusivement aux chercheurs en informatique et à l'armée. Il faut attendre les années 1980 pour que débute la démocratisation de l'ordinateur et de l'Internet en raison d'améliorations technologiques, de nouveaux protocoles réseaux et notamment l'*hypertext standards* développé par Tim Berners-Lee ce qui permis la création de la première version du web que nous connaissons aujourd'hui (Bucher, T. 2021; Cardon, 2019; Wiezerbicki, 2006; Zhong, 2021). La société était déjà bien habituée à certaines technologies de communication à distance telles que le téléphone, la radio et la télévision, cependant ce qui était nouveau dans la communication médiée par l'ordinateur via l'Internet avec le courriel, c'est qu'il permettait une interaction écrite asynchrone dont la transmission était plus efficiente que la poste. Cette innovation dans le mode de communication devenait donc une alternative à l'échange verbal synchronisé (en face-à-face ou au téléphone) pour transmettre des informations et obtenir une rétroaction rapide sur celles-ci puisque les personnes impliquées pouvaient échanger à distance au moment qui leur convenait (Zhong, 2021; Cardon, 2019). Bien qu'il soit maintenant naturel pour nous de communiquer par courriel, Treem et al. (2015) soulignent que le courriel était réservé à un usage organisationnel durant la grande majorité des années 1980, ce qui influença son utilisation et son développement. Initialement les pratiques de communication médiée par l'ordinateur constituaient essentiellement un échange dialogique entre des individus situés à distance.

Par la suite, grâce au développement des *Bulletin board system (BBS)* des forums de discussion par ordinateur ont commencé à se constituer une sorte de communautés en ligne. C'est Stewart Brand et Larry Brilliant qui ont créé en 1985 cette première forme de communauté en ligne intitulée *The Well* permettant à « des journalistes, des développeurs, des militants, des artistes, des *freaks* de toutes espèces » de se retrouver « dans ce micro-espace social » (Cardon, 2019, p. 58). Cardon (Cardon, 2019, p. 59) ajoute : « Les premières pratiques d'échanges sur les forums ne ressemblent en rien aux interfaces tactiles et élégantes d'aujourd'hui, comme Messenger ». Durant les années 90, ces pratiques se multiplient et rassemblent les utilisateurs selon des thématiques bien précises, notamment leur identité, les jeux vidéo, la politique ou simplement pour faire des rencontres à distance avec des étrangers. L'anonymat, permis par la configuration de ces sites de discussion sur Internet, offre notamment un climat propice d'échange pour les gens marginalisés dans la société loin des regards désapprobateurs (Bucher, 2021; Cadron, 2019; Pastinelli, 2007). C'est de cette façon que la terminologie « communauté virtuelle » émerge des expériences de ces utilisateurs. Elle fait la distinction entre ce qui se déroule dans ce qui est appelé à l'époque le réel, soit l'expérience traditionnelle d'échange en face-à-face hors ligne normée par la société, et en virtuel, soit en ligne, dans des espaces d'échange conçus sur l'ordinateur où l'on retrouve une plus grande liberté d'être et d'agir. À noter que nous utilisons seulement l'opposition entre le virtuel et le réel dans son contexte historique puisque nous privilégions l'utilisation de la distinction en ligne et hors ligne étant donné que ce qui se déroule sur Internet est bien réel (Pastinelli, 2007). À cette époque, les nouvelles possibilités offertes par la communication médiée par l'ordinateur semblent être une réponse aux frontières et aux barrières géographiques et idéologiques (Cardon, 2019). Les communautés en ligne dites « virtuelles » se multiplient dans les années 1990. On voit l'apparition de jeux basés sur l'échange de communication textuelle tel que Multi-User Dungeons (MUDs) ou des lieux de clavardage synchrone comme l'Internet Relay Chat (IRC) (Bucher, 2021 ; Pastinelli, 2007).

Puis, en 1997, le premier site de réseautage social apparaît sous le nom de Six Degrees. Il permet de créer un profil et d'établir des relations avec les autres usagers. Le site atteindra à son sommet d'utilisation près d'un million d'utilisateurs (boyd et Ellison, 2007). À cette époque, les chercheurs

s'intéressent principalement à l'influence de l'anonymat dans la communication sur les communautés en ligne et à leur potentiel d'émancipation des personnes ou des communautés marginalisées, notamment au niveau de leur orientation sexuelle et de leur genre, sujets tabous à cette période (Bucher, 2021; Postmes et al., 2001; Pastinelli, 2007). Ces recherches démontrent que la discussion synchrone en ligne ou l'échange de messages asynchrones par courriel est faible en indices non verbaux, qu'elle est impersonnelle, dénuée d'émotion, qu'elle est limitée, voire déterminée par l'intention de celui qui a programmé l'interface d'échange, qu'elle manque d'indices sociaux et qu'elle offre peu de présence sociale (Pastinelli, 2007; Michinov, 2008; Thurlow et al. 2004; Walther, 2011). De façons plus précises, Michinov mentionne à cet effet que « la restriction de ces indices sociaux externes perturberait la communication et la compréhension mutuelle nécessaire à la collaboration » (Michinov, 2008, p. 6). Elle ajoute que « les communications électroniques seraient aussi à l'origine d'échanges agressifs entre les individus et d'hostilités au sein des groupes virtuels [comprendre en ligne] (i.e. " flaming ") » (Michinov, 2008, p. 6). C'est entre autres ce qui explique que l'on dénote à ce moment peu de recherche en communication organisationnelle s'intéressant à la communication médiée par l'ordinateur comme le démontre Zammuto et al. (2007, p. 750) en ces mots :

> The only mainstream journal in the field publishing much research on IT and organization between 1996 and 2005 was Organization Science. Thirty-one of its 443 (7%) articles examined the relationship between IT and organizational phenomena, such as communications and decision making, cognition and learning, coordination and control, and virtual teams and organizations.

Avec l'évolution de la technologie, notamment l'arrivée des téléphones intelligents et des tablettes numériques ainsi que l'amélioration de l'expérience utilisateur sur l'ordinateur dans la première décennie du 21^{e} siècle l'on constate une transformation de la communication médiée par l'ordinateur et de ses autres composantes ce qui amène de nouvelles recherches sur le sujet qui remettent en question les observations précédentes sur les limites de la communication en ligne. Zhong (2021) mentionne justement que ces recherches démontrent que les utilisateurs de ces nouvelles technologies sont en mesure d'améliorer l'impression qu'ils peuvent faire sur les autres

en altérant leur langage pour compenser l'absence du paralangage ce qui leur permet de bâtir des relations en ligne. C'est dans ce contexte que Tim O'Reilly a introduit en 2004 la terminologie Web 2.0 pour démontrer le changement opéré sur la technologie permettant une expérience plus collective qu'individuelle et plus participative que passive (Bucher, 2021). Ce qui est certain, c'est que la communication médiée par l'ordinateur change notre rapport au temps, à l'espace et à l'autre (Vayre, 2019). C'est particulièrement vrai concernant la communication médiée par les médias socionumériques que nous présenterons subséquemment.

1.3 L'innovation proposée par les médias socionumériques

Il existe de nombreuses façons de définir les médias socionumériques puisque ceux-ci sont des construits complexes possédant différentes fonctionnalités et qu'ils sont un assemblage de plusieurs autres technologies. On les retrouve sous différentes appellations dans la littérature scientifique, soit parmi les plus populaires en français : réseaux sociaux, réseaux socionumériques, médias socionumériques, et en anglais : *social network sites*, *social networking sites* ou *social media*. Les pionnières de la recherche sur les médias socionumérique, boyd & Ellison (2007), mentionnent que ce qui rend unique ces plateformes web, c'est qu'elles sont programmées pour que leurs utilisateurs puissent gérer et rendre visible leur réseau de relations. Elles ajoutent aussi que leur agencement facilite le partage de connaissances entre les usagers ainsi qu'au sein d'une organisation. Ces dispositifs changent drastiquement nos façons de communiquer en permettant plusieurs modalités de communication, soit à la fois la communication synchrone et asynchrone ainsi que la communication d'un à un, d'un à plusieurs, de plusieurs à plusieurs ou encore de plusieurs à un (Zhong, 2021). Zhong (2021) ajoute que les médias socionumériques deviennent un milieu social permettant à ses utilisateurs de générer du contenu et de le partager facilement aux autres utilisateurs ce qui favorise les échanges interpersonnels et la communication en groupe. Leonardi (2018) pour sa part, identifie quatre caractéristiques techniques des médias socionumériques, soit leur capacité de permettre la communication entre usagers, la possibilité de voir le réseau de relation des autres utilisateurs, les fonctionnalités permettant d'organiser et de gérer ses communications et l'opportunité de retrouver toutes communications effectuées sur la

plateforme à tout moment. À titre d'exemple, il existe de nombreux médias socionumériques possédant ces aspects tels que *Facebook*, *Myspace*, *LinkedIn*, *Youtube*, *Instagram*, *Tik Tok*. *Slack*, *Discord* et *Twitter*. Chacun de ces médias socionumériques offre sa propre logique d'interaction. On remarque que certains sont conçus comme des sites de microblogue (*Twitter*) que d'autres sont axés sur le partage de photos ou d'images (Pinterest) que d'autres encore proposent de partager uniquement de courtes vidéos (*Tik Tok*) ou bien que certains n'imposent pas de limites à la longueur des vidéos partagées (*Youtube*). Il est important de mentionner que toutes ces interactions sont rendues possibles grâce à une série de codes informatiques, d'algorithmes et de fonctionnalités que les utilisateurs ne connaissent pas nécessairement. Bien qu'il s'agisse d'un élément essentiel de la configuration des médias socionumériques, nous n'aborderons pas ce niveau technique lors de notre recherche.

Outre la forme de la communication spécifique à certains médias socionumérique, le type de contenu partagé y est aussi normé. Par exemple, on ne partage pas le même type de publication sur LinkedIn qui se veut un réseau professionnel, que sur *Facebook* qui se veut un réseau plus personnel. Certaines plateformes encouragent aussi une utilisation plus individuelle de leur dispositif alors que d'autres proposent d'interagir dans un cadre collectif. Au niveau de la communication en groupe, Zhong (2021, p. 14) affirme notamment qu'ils favorisent la collaboration en ces mots : « among the characteristics, digitalization is the key technology that reduces information to something that can be easily fragmented, handled, distributed, and shared, which enable networking, multimedia, collaborative, and interactive communication ». Leonardi (2018, p. 549) le précise de cette façon : « Channels like email, instant messaging, and the telephone do not provide opportunities for these kinds of interactional achievements, but social media do ». Les médias socionumériques sont programmés de façon à simplifier certaines actions qui nécessiteraient une quantité beaucoup plus importante d'énergie pour être opérées hors ligne. C'est principalement parce qu'ils assurent une économie d'effort dans les interactions avec les autres pour entretenir les relations à distance que les médias socionumériques ont intégré aussi rapidement notre société (Treem, 2015, Bucher, 2021; Majchrzak et al. 2013 ; Zhong, 2021, Leonardi et Vaast, 2017). C'est donc pour ces raisons que les médias socionumériques se démarquent des technologies

précédentes qu'analysaient les chercheurs en communication médiée par l'ordinateur ce qui fait dire à Majchrzak et al. (2013, p. 21) : « Our exploration of social media affordances has exposed significant limitations to existing social and organizational theories ». Il est donc important de bien comprendre l'impact de leur changement sur la communication. Nous poursuivrons en présentant les fonctionnalités qu'ils proposent en ce sens.

1.4 Les fonctionnalités des médias socionumériques

Tout d'abord, les utilisateurs peuvent et doivent se créer un profil pour se présenter aux autres utilisateurs sur la plateforme. Bucher (2021) indique que ce profil est souvent construit de façon similaire à un répertoire social contenant des informations démographiques comme le nom, la date de naissance, le genre de l'utilisateur ainsi que sa situation relationnelle, son éducation et son statut professionnel. Chaque entrée est datée par l'horodateur de la plateforme et permet, dans bien des cas, de constater l'évolution dans le temps du profil de l'utilisateur. D'autres informations peuvent être ajoutées au profil de l'individu comme ses préférences personnelles. On retrouve souvent une photo ou une image qui représente l'usager. La création du profil a comme objectif de rendre les interactions les plus réelles possibles en les ancrant dans la véracité contrairement à l'anonymat qui était privilégié sur les premières versions des médias socionumériques. De cette façon, les concepteurs des plateformes souhaitent favoriser l'engagement de leurs utilisateurs et contribuer à ce qu'ils partagent davantage d'aspects personnels de leur vie, ce qui favorise par la suite les échanges sur le dispositif (Bucher, 2021). Les usagers sont conscients que leur profil peut être public, mais qu'ils peuvent aussi ajuster leurs paramètres de confidentialités et de visibilités. Ils l'organisent donc en circonstance selon leur niveau d'extraversion ou d'introversion. Leurs actions sur la plateforme peuvent aussi être intégrées à leur profil, ce qui peut communiquer de l'information supplémentaire sur ceux-ci aux autres usagers (Treem et Leonardi, 2013). Les profils ont donc pour fonction de réduire le niveau d'équivoque et d'incertitude entre les utilisateurs en les présentant sommairement à leur interlocuteur bien qu'il n'y ait pas de contrôle sur la véracité des informations inscrites et que certains profils peuvent être faux (Zhong, 2021).

À partir du moment où l'utilisateur a créé son profil et que certains de ses contacts ont accepté son invitation à rejoindre son réseau, il peut créer et partager du contenu auprès de ce réseau. Ce contenu peut être représenté dans différents formats (Vaast et al., 2017). L'écriture et les « émoticônes » sont les formats le plus répandus. Les vidéos, les images statiques ou animées sont aussi très populaires, mais nécessitent l'accès à d'autres outils externes pour pouvoir les produire. Treem et Leonardi (2013) expliquent que cette diversité de modes d'expression permet de réguler l'expression personnelle. Zhong (2021) signifie qu'étant donné que le mode d'interaction n'est pas immédiat, les personnes concernées peuvent prendre le temps nécessaire pour formater leur contenu selon leur perception de leur public cible. Ils peuvent donc contrôler leur comportement et l'adapter au contexte de l'interaction. C'est ce que Treem et Leonardi (2013) identifient comme une tactique de traitement des personnes et de ciblage du contenu. Leonardi (2018 p. 562) ajoute ceci concernant la textualité des échanges : « Because people's conversations were displayed in text for any other user of the technology to see, users could observe the intensity, duration, and frequency of other people's interactions with each other ». C'est donc un autre aspect à prendre en considération pour la transformation du contexte de communication puisqu'une tierce partie peut assister passivement à l'échange sans que les personnes impliquées n'en soient conscientes au moment de l'échange, que cette personne peut intervenir au moment qui lui convient si elle le souhaite et que l'échange peut se dérouler sur une période de temps plus ou moins longue étant donné qu'il mobilise à la fois des moments d'échanges synchrones et asynchrones ce qui est différent des échanges en visioconférence par exemple (Treem et Leonardi, 2013).

Il est important de comprendre que le contenu partagé sur les médias socionumériques est pérenne. Treem et Leonardi (2013) qualifient de persistante l'information et la communication qui demeure ancrée sur un support dans le temps. Ils ajoutent que cette qualité permet de créer une forme de communication plus robuste, qui est difficile à détruire, à compromettre ou à abandonner. De plus, ils mentionnent que cette propriété de la communication permet de maintenir la connaissance dans le temps. Il est aussi possible pour un utilisateur de modifier ce qu'il a écrit après avoir effectué sa publication ou son commentaire, et ce autant de fois qu'il le désire. S'il y a effectivement une modification, la mention modifiée est ajoutée à cet écrit. Treem et Leonardi (2013) soutiennent que

cette fonctionnalité permet d'améliorer la qualité de l'information. Il s'agit ici aussi d'une innovation à la communication permise par les médias socionumériques, car l'édition d'une communication n'est habituellement pas possible dans les autres modes de communication une fois que l'information a été transmise de l'émetteur au récepteur.

Les médias socionumériques ne permettent pas seulement d'émettre un message. Ils proposent aussi plusieurs accessoires permettant de faciliter l'interaction. Nous pouvons prendre en exemple le bouton de réaction (J'aime sur *Facebook*) qui peut être représenté de différentes formes d'une plateforme à une autre, mais qui invoque la même intention de communication, soit qu'un utilisateur signifie à un autre utilisateur sa réaction à son message sans nécessairement devoir l'écrire en commentaire. Ce bouton « J'aime » fut introduit initialement sur *Facebook* en 2009 et a modifié considérablement la façon d'utiliser le média socionumérique (Bucher, 2021). À ce sujet, Bucher (2021, p. 64) explique la façon de comprendre l'implication de ce type d'ajout à la plateforme de *Facebook* : « *Facebook* and its many products, including the Like button, need to be understood as a nested and interconnected assemblage of inventions and relations ». Outre les boutons ajoutés à la plateforme, il y a aussi un mécanisme qui aide l'utilisateur à s'orienter ou à orienter les autres dans la masse importante d'information que l'on retrouve sur les médias socionumérique, soit le mot-clic ou mot-dièse (*hashtag*). Latzko-Toth (2014, p. 138) explique qu'il s'agit d'un « filtre pour trouver les messages se rapportant à un sujet précis ou former une communauté autour d'un mot clé fédérateur ». Il ne faut que cliquer sur le mot-clic pour lancer une recherche permettant de trouver l'ensemble des communications où se retrouve ce mot-clic en quelques secondes. C'est un raccourci pratique pour approfondir un sujet ou pour retrouver une communication passée.

L'organisation des commentaires est aussi une autre innovation des médias socionumériques qui favorise les interactions de plusieurs personnes sous les publications. Lorsqu'une personne commente une publication d'un autre usager, la plateforme place son commentaire sous la publication. Chaque commentaire subséquent s'ajoute en dessous de la publication au même niveau hiérarchique que le commentaire précédent. Cependant, si un utilisateur souhaite répondre à un

commentaire effectué plutôt qu'à la publication d'origine, il peut le faire en cliquant sur le bouton répondre sous le commentaire. Lorsqu'il aura publié son commentaire, celui-ci sera disposé en dessous du commentaire auquel il répond, mais à un niveau hiérarchique inférieur qui démontre que le commentaire appartient à une interaction avec le commentaire précédent et ainsi de suite pour les commentaires répondants aux commentaires des commentaires. La plateforme agit similairement à l'organisation de point de forme dans un texte ce qui permet facilement de constater les liens entre les commentaires afin de structurer l'échange sous la publication initiale. Il est donc possible d'avoir plusieurs interactions différentes sous une même publication sans être confus ou avoir de la difficulté à retrouver le fil de l'échange. Ces commentaires peuvent être appréciés par les autres utilisateurs en cliquant sur le bouton adéquat sans que ceux-ci aient à commenter sous le commentaire. De cette façon, la plateforme propose différentes façons d'organiser les commentaires sous une publication, soit par chronologie ou par pertinence. La pertinence est essentiellement établie par la quantité de clics sur le bouton de réaction associé au commentaire. Les utilisateurs peuvent donc avoir plusieurs échanges sur un même sujet avec plusieurs personnes différentes de façon asynchrone, ce qui n'était pas possible auparavant.

Ensuite, les notifications sont une autre fonctionnalité des médias socionumériques qui assure la fluidité du contenu sur ces plateformes. Elles sont des alertes automatiques agissant comme une interpellation que la plateforme organise dans une section spécifique en ordre chronologique, du plus récent au plus ancien, pour aviser les utilisateurs qu'il y a eu une interaction avec une de leurs publications ou un de leurs commentaires. Majchrzak et al. (2013) stipulent que cette façon de faire permet aux utilisateurs de gérer plus facilement les échanges en continu. Ils ajoutent : « Triggered attending is engaging in the online knowledge conversation by remaining uninvolved in content production or the conversation until a timely automated alert informs the individual of a change to the specific content of interest » (p. 42 – 43). Leonardi (2018) affirme qu'il s'agit d'une façon de catalyser la mémoire des échanges qui se déroulent sur le média socionumérique puisque ceux-ci sont conservés indéfiniment par la plateforme, mais qu'il peut devenir humainement complexe de conserver leur trace au fil du temps. Il ajoute que ce rappel déclenché automatiquement par la programmation de la plateforme peut servir aux utilisateurs de manière récursive pour expérimenter

leur propre façon de communiquer passée. Les utilisateurs peuvent gérer eux-mêmes la façon de recevoir les notifications ou le type de notification qu'ils souhaitent recevoir. Il existe aussi une autre façon de déclencher une notification pour un utilisateur, soit la fonction @ qui permet d'identifier un usager ce que l'on nomme en anglais le *tag.* Treem et Leonardi (2013) mentionnent que cette fonctionnalité permet d'aviser un autre utilisateur que la publication ou le commentaire le concerne. L'identification peut aussi servir à attirer l'attention d'un utilisateur sur un contenu spécifique.

Les publications et les commentaires publics ne sont pas les seules façons dont disposent les utilisateurs pour communiquer avec les autres usagers sur les médias socionumériques. En effet, de nombreuses plateformes proposent aussi un mode d'échange privé qui n'est pas intégré au fil des publications. Ce mode d'échange privé peut prendre plusieurs formes. La plus courante est un échange asynchrone avec un seul autre utilisateur. L'échange peut devenir simultané si les deux utilisateurs sont présents au même moment sur la plateforme. Le même message privé peut être envoyé à de multiples individus afin d'avoir un échange privé individuel avec ceux-ci ou être envoyé à un regroupement d'utilisateurs pour que l'échange soit commun entre ceux-ci (Zhong, 2021). Majchrzak (2013, p. 40) explique que les échanges d'information entre utilisateurs peuvent se transformer d'intermittent à continuel et vice-versa. Bucher (2021) spécifie que cette fonctionnalité multimodale de la communication sur les médias socionumériques facilite les relations entre les individus qui peuvent répondre au moment qui leur convient tout en augmentant le contrôle des émetteurs sur l'effet qu'ils veulent provoquer par leur communication sur le ou les récepteurs.

Finalement, nous aborderons une dernière fonctionnalité, essentielle pour notre recherche, qui modifie le contexte de communication des interactions humaines. Il s'agit de la possibilité de créer et administrer des groupes sur les médias socionumériques. Les plateformes offrent différentes modalités de gestion des groupes, mais dans la plupart des cas, le groupe créé peut être soit public ou privé. Les groupes publics ou ouverts permettent à tous les utilisateurs le souhaitant d'intégrer le groupe. Il n'est donc pas obligatoire d'être connecté aux autres membres du groupe via son profil

pour pouvoir interagir avec ceux-ci puisque l'individu interagit avec le groupe dans l'environnement numérique de celui-ci. À partir du moment où un utilisateur intègre un groupe, il reçoit des notifications du contenu qui y est partagé. Il peut aussi créer des publications, réagir à d'autres publications et les commenter. On qualifie ces groupes publics de communauté épistémique, car ils sont souvent organisés autour d'un thème ou d'un sujet circonscrit (Zhong, 2021). Il s'agit des groupes les plus souvent étudiés sur les médias socionumériques. Zhong (2021, p. 34) mentionne ceci au sujet de leur utilisation : « The concept of interpersonal communication is now fading as people have created numerous groups on Facebook. Anything and everything is communicated among all group members ». Il ne s'agit cependant pas des groupes que nous considérons pour notre recherche. Nous orientons nos travaux vers le deuxième type de groupe, celui privé. Dans ce type de groupe, les utilisateurs doivent être sélectionnés par l'administrateur du groupe pour pouvoir l'intégrer. La quantité de membres est donc souvent plus restreinte. Ses fonctionnalités sont similaires aux groupes publics à l'exception que les publications au sein du groupe privé ne peuvent pas être partagées à l'extérieur de celui-ci (Gozlan, 2018; Zhong, 2021). Gozlan (2018, p. 33) précise que « même s'il existe des inflexions quant aux groupes en présence physiques, l'analyse des interactions et des liens sur ce média social tend à rendre compte de l'existence de processus identiques à ceux des groupes en présence physiques ». Nous aborderons plus en profondeur dans la prochaine section les raisons pour lesquelles nous croyons que les innovations que proposent les médias socionumériques permettent d'établir des interactions de groupe en ligne contrairement aux technologies précédentes.

1.5 Un changement d'écosystème pour la communication interpersonnelle

Poursuivons en expliquant comment les médias socionumériques modifient la configuration du contexte communicationnel des relations interpersonnelles et deviennent ainsi de nouveaux espaces pour la communication en groupe. Leroux (2010) explique que la communication écrite sur les médias socionumériques s'est développée à un tel point qu'il s'agit maintenant d'une quasi-oralité en raison de la fluidité permise par ceux-ci. Gozlan (2018) stipule pour sa part que les interactions effectuées à partir d'un écran ont tendance à lever davantage les inhibitions et que

l'écran agit parfois comme une protection. Elle poursuit en précisant que puisque la communication s'effectue d'écran à écran, les médias socionumériques permettent une pluralité de localisation et de temps pour un individu. De plus, elle souligne que l'interaction ne se fait jamais réellement en présence de l'autre, mais plutôt en présence de son absence qui est représentée par l'image qu'il a choisie pour l'identifier sur le profil qu'il a construit. Elle ajoute aussi que le cyberespace est toujours ouvert puisque les utilisateurs peuvent y accéder au moment qui leur convient et que de ce fait le groupe en ligne « existe donc en dehors du rassemblement simultané de tous les individus du groupe et dans une temporalité plus individuelle que collective » (Gozlan, 2018, p. 28). Pour elle, c'est l'écriture sur la plateforme choisie qui assure le contexte groupal plutôt que la présence corporelle des participants. Il s'agit d'une propriété transformatrice importante des médias socionumériques sur le contexte de la communication humaine comme l'affirment Turkle et Richard (2015, p. 281) : « Aujourd'hui, s'il nous est possible d'être toujours en contact les uns avec les autres, le besoin de l'être n'apparaît pas comme un problème ou une pathologie : il est perçu comme une forme d'adaptation à ce que la technologie peut offrir. Il devient ainsi la norme ». De son côté, Leonardi (2018) nous informe qu'une des particularités les plus importantes qu'amènent les médias socionumériques pour les relations interpersonnelles est la possibilité de partager une expérience ou une réflexion commune à distance avec les autres usagers du dispositif. Il explique une distinction essentielle de ces nouvelles plateformes de communication comparativement aux technologies de communication précédentes en ces termes : « In contrast to most contemporary communication technologies used in organizations that are *channels* through which people simple communicate, social media are *platforms* on which people interact » (Leonardi, 2018, p. 549). Il précise que ces plateformes sont des lieux d'interactions. Treem et Leonardi (2013) mentionnent qu'à la différence des courriels ou des messages instantanés qui rendent l'information visible, les médias socionumériques ont la propriété d'organiser l'information de façon collective. Les recherches démontrent aussi que lorsqu'on utilise les médias socionumériques pour entretenir ses relations, les utilisateurs ressentent un plus grand sens de communauté sur ceux-ci et font des associations indirectes à partir du contenu partagé en ligne sans que ce soit l'intention initiale de l'émetteur (Treem et Leonardi, 2013). Il est notamment possible de rechercher des informations sur une personne ou sur son réseau à partir des médias socionumériques sans interagir directement

avec celle-ci ce qui peut amener la création de nouveaux liens auxquels la personne n'aurait pas pensé (Zhong, 2021; Treem et al. 2015) ou restreindre l'interaction puisqu'il n'est plus nécessaire d'interagir avec une personne pour la connaître (Treem et Leonardi, 2013).

Bucher (2021) quant à elle mentionne certaines métaphores plutôt significatives que Mark Zuckerberg utilise pour décrire *Facebook*, soit celle de la place publique, du centre commercial et du salon privé. Elle poursuit en décrivant *Facebook* comme une infrastructure, soit quelque chose d'omniprésent et de largement partagé. Elle reprend certaines formulations de Zuckerberg qui explique que son intention en créant *Facebook* était de construire une sorte de service public comme peut l'être l'électricité, car selon lui la société moderne avait besoin d'un nouveau tissu social numérique. Elle fait aussi le parallèle avec les coordonnées cartésiennes qui permettent de retrouver un endroit et les adresses web qui permettent d'accéder à la plateforme et plus spécifiquement directement à un groupe en ligne. Elle suggère enfin qu'à la différence de l'espace euclidien physique, les médias socionumériques obéissent à une logique spatiotemporelle différente avec leurs propres caractéristiques relationnelles puisqu'ils sont à la fois les artefacts de la relation et la relation entre ces artefacts. Bucher (2021) ajoute que la communication intrapersonnelle, soit la faculté de réfléchir, de ressentir, de percevoir, d'évaluer et d'interpréter son expérience personnelle, est aussi affectée par ces infrastructures numériques puisqu'ils permettent de contrôler la présentation de soi, ses relations et ses communications. Elle mentionne aussi que les personnes qui font le choix de ne pas s'abonner aux médias socionumériques ont tendance à s'isoler, car elles n'ont pas accès au contenu partagé en ligne par leur groupe social ce qui constitue une preuve importante du changement qu'effectuent les médias socionumériques sur le contexte de communication et l'environnement où se situent les interactions.

1.6 Huit nouvelles potentialités pour la communication en groupe sur les médias socionumériques

En transformant le contexte de communication interpersonnelle et en créant les conditions matérielles pour la communication collective, les médias socionumériques redéfinissent le cadre de l'interaction de groupe. Nous avons identifié dans la littérature huit modifications particulières

à la communication en groupe et au processus d'organisation de celle-ci à partir des travaux effectués en 2013 par Treem et Leonardi, par Majchrzak et al., en 2017 par Leonardi et Vaast et en 2021 par Zhong. Premièrement, ce contexte offre une plus grande transparence sociale des interactions entre les membres et favorise une vision globale de la dynamique du groupe (Treem et Leonardi, 2013; Leonardi, 2015; Leonardi et Vaast 2017; Zhong, 2021). Treem et Leonardi (2013) précisent qu'ils améliorent la cohésion entre les membres du groupe tout en consolidant et distribuant les relations de pouvoir. Zhong (2021) quant à lui affirme qu'ils encouragent le support entre les membres et l'homophilie puisque les individus peuvent constater davantage leurs points en commun avec les autres. Deuxièmement, nous avons mentionné plutôt que les médias socionumériques permettent la persistance de l'information ce qui peut faciliter la création d'un cadre de référence commun pour les groupes puisque les membres peuvent revisiter leurs communications à tout moment et ainsi améliorer leur compréhension de celles-ci (Treem et Leonardi, 2013). L'information persistante peut aussi être réutilisée différemment par la suite. Par exemple, il n'est plus nécessaire d'interagir avec la personne qui a émis la communication pour accéder au savoir qu'elle connaît lorsque celui-ci est diffusé sur le dispositif (Treem et Leonardi, 2013). Troisièmement, Treem et Leonardi (2013) soulignent que bien qu'il soit vrai que les individus développent des liens plus faibles sur les médias socionumériques, ils peuvent en entretenir une plus grande quantité en raison de l'économie de l'effort que permet la communication en ligne ce qui crée un réseau organisationnel plus robuste. Quatrièmement, Majchrzak et al. (2013) suggèrent que les fonctionnalités programmées sur les médias socionumériques offrent des occasions de *metavoicing*. Ils définissent cette propriété en ces termes : « We define the affordance of metavoicing as engaging in the ongoing online knowledge conversation by reacting online to others' presence, profiles, content and activities » (p. 6). Ainsi, le profil de l'utilisateur, le bouton « J'aime », ou le « tag » que nous avons décrit précédemment ne sont pas des actes de communications traditionnels, mais ils partagent eux aussi une intention et une signification. Les auteurs stipulent que si ces actions sont faites consciemment, elles peuvent rendre la communication de masse plus productive, simplifier les interactions et augmenter la rétroaction. Ils ajoutent qu'avec l'augmentation de l'utilisation de ces fonctionnalités, il est plus facile de constater les préférences du groupe. De plus, nous ajoutons qu'étant donné que ces

fonctionnalités sont apparues par itérations, d'autres pourraient être inventées dans le futur. Cinquièmement, puisque les médias socionumériques sont conçus comme des répertoires de contacts, ils proposent de nombreuses façons d'organiser ceux-ci ce que Leonardi et Vaast (2017) appellent l'articulation du réseau. Cette possibilité permet de retrouver facilement les membres d'un groupe et de communiquer en privé avec eux tout en conservant les conversations dans un registre ce qui permet de gérer un réseau beaucoup plus large de relations et de connaissances. Il est aussi possible d'entretenir de nombreuses conversations de façon simultanée grâce à cette fonction. Sixièmement, les médias socionumériques améliorent la circulation de l'information et la pensée commune au sein d'un groupe (Leonardi et Vaast, 2017; Leonardi, 2018; Treem et Leonardi 2013). Leonardi et Vaast (2017) font remarquer qu'il est plus facile de créer du contenu et de le faire circuler à l'ensemble des membres du groupe dans ce contexte puisque les barrières à la communication et l'effort nécessaire pour communiquer avec tous les membres du groupe ou avec certains d'entre eux sont réduits. En effet, les membres d'un groupe n'ont plus à gérer la distance qui les sépare et leurs disponibilités pour y parvenir. De son côté, Leonardi (2018) ajoute que la circulation de l'information permet de développer une pensée commune ce qui améliore la co-construction du contenu du groupe. Puisque les médias socionumériques permettent l'accès à un bassin commun d'information, on constate une amélioration de la congruence dans les façons de penser entre les membres d'un groupe. Leonardi (2018, p. 564) ajoute à ce sujet :

> The data show that it was not only through direct engagement in shared experiences with others on social media that people developed shared cognition. They also developed shared cognition by participating vicariously in the shared experiences occurring among other people on the site.

De plus, puisque les membres du groupe travaillent sur le même ensemble de contenu, ils développent la similarité de leurs structures cognitive et sociale au fil du temps. Enfin, Treem et Leonardi (2013) soulignent qu'il est aussi plus facile d'associer l'individu au contenu qu'il a partagé sur les médias socionumériques. Septièmement, ce contexte d'interactions favorise aussi la collaboration massive (Leonardi et Vaast 2017; Vaast et al., 2017; Zhong, 2021; Zammuto et al. 2007). La collaboration massive se définit par la propriété d'interagir de plusieurs à plusieurs.

L'objectif est que l'information partagée puisse être perçue et utilisée par les autres sans qu'elle ne leur soit directement dirigée afin de créer de nouveau contenu inattendu. Les membres d'un groupe peuvent donc utiliser et intégrer l'information persistante partagée par les autres à leur propre création (Zammuto et al. 2007). Chaque membre du groupe a beau interagir individuellement sur la plateforme du groupe, mais son interaction est orientée en conscience de tous les autres. Il est certain que plus une personne interagit sur la plateforme plus cette perception se concrétisera (Leonardi et Vaast 2017). Les membres d'un groupe interagissent aussi davantage entre eux en dyades ou en sous-groupe en raison de la facilité permise par les plateformes. Ils peuvent donc consolider davantage leurs liens. De plus, de nouvelles façons de collaborer peuvent aussi émerger en raison des propriétés offertes par les différentes plateformes. (Zhong, 2021). Vaast et al. (2017) constatent que toutes les formes d'interdépendances collaboratives de Thompson, soit celle en bassin, celle en séquence et celle réciproque, peuvent avoir lieu sur ces plateformes. Ils en ajoutent une quatrième qu'ils nomment l'interdépendance connectée puisque la collaboration ne dépend plus d'une organisation formelle, mais qu'elle est davantage l'expression de l'identité de chacun souhaitant y participer. Dans ce contexte, la collaboration émerge des interactions. Huitièmement, Zhong (2021) s'appuie sur un article de Sander en 2008 pour expliquer que ces plateformes permettent de réduire l'incertitude au sujet des autres et des interactions. La stratégie qui semble fonctionner le mieux est la recherche d'information par l'interaction, soit s'engager dans un échange avec l'autre et obtenir sa rétroaction puisque qu'il est plus facile de le faire en ligne particulièrement auprès d'une audience plus large. La recherche passive d'information, c'est-à-dire observer les interactions d'un individu dans un contexte social, quant à elle a un effet mitigé sur la réduction de l'incertitude. Enfin, il existe une stratégie de réduction de l'incertitude particulière aux médias socionumériques, soit celle de comprendre comment les autres utilisent les possibilités que permettent les médias socionumériques et de quelles façons ils obtiennent et gèrent l'information en ligne.

1.7 Six limites potentielles des médias socionumériques sur la communication en groupe

Les médias socionumériques n'offrent pas seulement de nouvelles possibilités pour le déroulement de la communication en groupe au sein de leur plateforme. Ils peuvent aussi imposer des limites à celle-ci. Premièrement, Gozlan (2018, p. 26) stipule que l'absence physique de l'autre empêche la « réciprocité immédiate et directe » et que « s'il n'y a pas d'interactivité, si le sujet ne se positionne qu'en regardeur, le reste de la communauté ne sait pas qu'il est présent. » Elle remarque aussi une fragilisation du lien social puisque l'individu peut interagir simultanément au sein de nombreux groupes sans avoir à attendre les réactions des autres membres du groupe, ce qui diminue son investissement affectif vis-à-vis du groupe. De plus, les médias socionumériques ont développé une série de fonctionnalité permettant à un utilisateur de bloquer ou de filtrer les échanges avec un autre utilisateur. Il est donc facile pour une personne de ne plus avoir de rapports avec l'autre dans ces circonstances, et ce même s'ils font partie d'un groupe commun ce qui n'est pas réellement possible lorsque le groupe évolue physiquement dans un même lieu. Deuxièmement, toujours selon Gozlan (2018), l'individualisation des interactions sur les médias socionumériques opère un déséquilibre entre la culture du groupe et l'individu. De leur côté, Treem et al. (2015) identifient comme limite l'asymétrie de la compréhension des usagers des possibilités fournies par les médias socionumériques et de la perception de leur utilité. Zhong (2021) souligne que le manque de littératie numérique peut avoir un impact négatif sur la participation d'un membre du groupe aux interactions et avoir comme conséquence de le marginaliser. Troisièmement, étant donné la facilité à effectuer une communication, un individu peut être rapidement submergé d'information et s'y perdre ce qui aura nécessairement un impact négatif sur son utilisation. Le manque de connaissance sur la façon d'utiliser les fonctionnalités de la plateforme et cette expérience de surcharge crée un cercle vicieux qui renforce le sentiment de confusion de l'utilisateur, ce qui peut restreindre son interaction au sein du groupe (Zhong, 2021). La persistance de l'information au fil du temps peut aussi devenir difficile à gérer. La masse d'information colligée par ce moyen peut devenir complexe à comprendre et les membres peuvent ne pas savoir que certaines informations existent déjà dans le groupe (Leonardi et Vaast, 2017). L'amas d'information peut aussi créer plus de distorsion que de valeur pour le groupe (Treem et Leonardi, 2013). Quatrièmement, la transparence

sociale peut aussi avoir des effets négatifs. Treem et Leonardi (2013) mentionnent par ailleurs que cette possibilité peut augmenter la pression de conformité et de réduire les interventions plus marginales par le fait même alors que Leonardi et Vaast (2017) affirment qu'elle provoque la diminution de la créativité du groupe. Cinquièmement, malgré l'adaptation des plateformes pour surmonter le manque d'indices non verbaux, il n'en demeure pas moins que les interactions s'y déroulant ne semblent pas aussi fluides et riches sur le plan affectif que ne le sont les rencontres physiques. Sixièmement, Mongeau et Saint-Charles (2019, p. 264) soulignent au sujet de l'évolution du développement du groupe sur ces plateformes qu'elle « semble ralentie par la médiation technologique, ce qui ferait que les groupes interagissant essentiellement en ligne mettent plus de temps à atteindre une certaine stabilité ». Ils poursuivent en mentionnant que l'organisation du groupe peut exiger plus de temps notamment au niveau de l'apparition de normes et de règles tout comme la confiance entre les membres, ce qui aura un effet sur la gestion des conflits qui seront plus difficiles à résoudre. Ils ajoutent qu'il sera plus difficile de prendre des décisions et de produire un cadre de représentation commun sur le groupe. Ils nuancent cependant en mentionnant que ces impacts négatifs diminuent à mesure que le groupe s'approprie les fonctionnalités des plateformes. Ils terminent en spécifiant que « le fonctionnement des groupes de travail qui communiquent en ligne ressemble à bien des égards à celui des groupes qui communiquent en personne » à l'exception que le processus pour atteindre la maturité nécessaire est plus lent (p. 265).

Maintenant que nous savons que les médias socionumériques offrent un nouveau lieu pour l'interaction en groupe ainsi que de nouvelles possibilités et certaines limites pour l'organisation de celle-ci, il est probable que ce nouveau contexte affecte aussi le cadre de référence technologique de ses utilisateurs en raison de leur récente appropriation de ce dispositif et que par le fait même les membres d'un groupe aient des perceptions différentes de la façon d'organiser la communication en groupe sur ces plateformes. Nous aborderons dans la prochaine section de ce chapitre l'impact de la multiplication des cadres de référence technologique sur la communication en groupe afin de poser notre questionnement de recherche.

1.8 La multiplication des cadres de référence technologique

Bien que l'expérience de la technologie soit individualisée, les cadres de référence technologique sont des construits sociaux permettant à un groupe de réduire les incertitudes des situations complexes, de structurer l'expérience, d'interpréter les situations ambiguës et d'avoir un repère pour leurs actions (Treem et al., 2015; Orlikowski et Gash, 1994). Orlikowski et Gash (1994) mentionnent à ce sujet que trois domaines des cadres de référence peuvent être mobilisés lorsqu'on implante une technologie reliée à un groupe, soit la nature de la technologie, l'utilisation de celle-ci et la stratégie technologique. Ils ajoutent qu'étant donné que les cadres de référence technologique sont des processus, il est intéressant d'analyser les changements provoqués par l'implantation de nouvelles technologies sur ceux-ci puisque cette analyse permet d'interpréter le contexte par lequel les utilisateurs font sens de certains aspects particuliers de leur expérience transformatrice ainsi que l'influence qu'aura cette nouvelle compréhension de la technologie sur le processus et le résultat du changement organisationnel amorcé. Ils précisent cependant que lorsque les utilisateurs sont confrontés à une nouvelle technologie et qu'ils n'ont pas l'information suffisante pour comprendre sa complexité, ils auront tendance à s'appuyer sur leur cadre de référence d'une technologie familière pour émettre des hypothèses sur la façon d'utiliser cette nouvelle technologie (Orlikowski et Gash 1994). Nous associons au sens large cette expérience au concept de Hall (1971) de situations idiomatiques standard, soit « une configuration commune et partagée par un ensemble d'acteurs, d'éléments du monde vécu se rattachant à certaines circonstances sociales rencontrées, par tous, d'une manière récurrente » (Mucchielli, 1967, p. 127). Roger Mucchielli ajoute qu'elles sont donc « des configurations d'éléments matériels et humains, reconnaissables en tant que formes typiques de l'environnement, par un groupe culturel plus ou moins large. Ces " formes " sont des schémas retenant une certaine configuration d'éléments significatifs (Mucchielli, 1967, p. 128). Ces situations idiomatiques agissent pour les individus comme les cadres de référence permettant de gérer leurs interprétations d'une situation données puisqu'elles renvoient à leurs expériences passées en normalisant la situation nouvelle. Pour sa part, Weick (2001) mentionne que les nouvelles technologies sont équivoques. C'est pour ces raisons que Treem et al. (2015) expliquent que les membres d'un groupe peuvent avoir différentes

perceptions des possibilités qu'offrent les médias socionumériques, ce qui peut amener des comportements distincts sur ceux-ci. Ils ajoutent qu'au fur et à mesure qu'ils échangent à propos de leurs interprétations, ils développent une compréhension commune de la façon de les utiliser. De plus, en concevant que le cadre de référence technologique émerge des interactions, plutôt que de croire qu'il est imposé par la structure, il est possible de trouver des façons innovantes d'utiliser la technologie (Treem et al., 2015). Zammuto et al. (2007) et Walther (2011) se questionnent justement à savoir s'ils rendent obsolètes certains postulats et certaines théories passées alors que Majchrzak (2013) indique qu'il existe peu d'analyse de leur impact sur le processus organisationnel en raison de leur appropriation rapide et récente.

Il serait donc scientifiquement pertinent de mieux comprendre la façon dont des groupes privés arrivent à mettre en œuvre et à construire leur cadre de référence technologique commun en utilisant les médias socionumériques pour organiser leur communication. Par exemple, il pourrait être intéressant, pour comprendre l'impact de ce changement sur le contexte de la communication en groupe restreint au sein d'une organisation, de transposer ce nouveau contexte dans le cadre d'une assemblée délibérante puisque celle-ci est déjà normée au sein de la société et qu'elle subit certaines limites imposées par la réalité physique des communications hors-lignes que pourraient dépassées le contexte en ligne. En effet, nous avons observé dans notre pratique, lors de nos expériences professionnelles et de nos implications bénévoles, qu'il peut être complexe de rassembler au même moment en un même lieu pour une même durée les membres d'une organisation pour tenir une assemblée générale et générer une conversation complète pour l'ensemble des éléments à aborder. Nous avons aussi remarqué qu'en raison de la pandémie reliée à la Covid-19, les organisations furent forcées d'utiliser plus largement les nouvelles technologies pour assurer un travail à distance afin de maintenir leurs opérations. Ce changement massif a entraîné un intérêt considérable pour faciliter la gestion des équipes à distance, notamment pour créer un sentiment de présence sociale. En offrant une économie d'effort pour transmettre un message, les médias socionumériques permettent d'articuler un réseau beaucoup plus important que ne le permet la capacité humaine. Il serait donc pertinent de comprendre les implications scientifiques, communicationnelles et sociales d'une telle innovation sur la communication en

groupe utilisant les possibilités permises par les médias socionumériques. En ce sens, les nouvelles potentialités qu'offrent les médias socionumériques que nous avons nommés précédemment pourraient offrir un cadre asynchrone pour prendre des décisions collectives, ce qui permettrait à une organisation de consulter plus adéquatement ses membres selon leurs propres réalités temporelles et physiques. Nous croyons que les membres d'un groupe pourraient ainsi partager plus amplement leur point de vue et approfondir les sujets clés, ce qui pourrait mener à de meilleure décision ou à un engagement plus important de leur part. Cependant, interagir en groupe dans ce nouveau contexte pourrait aussi entraîner de nouvelles problématiques ou limites potentielles à la communication en groupe, notamment celles décrites précédemment dans notre section sur les limites potentielles, mais aussi d'autres que nous n'avons pas encore appréhendées dans ce contexte d'assemblée délibérante en ligne, particulièrement en lien avec la mise en œuvre et la négociation des cadres de références respectifs de chacun des membres du groupe concernant la communication sur les médias socionumériques.

1.9 Des questionnements concernant l'organisation d'un groupe sur les médias socionumériques

Dans ce chapitre, nous avons présenté l'évolution de la médiation technologique de la communication jusqu'à l'avènement des médias socionumériques pour ensuite les définir et présenter leurs fonctionnalités. Puis, nous avons poursuivi en présentant les travaux scientifiques démontrant que leur appropriation dans la société a provoqué un changement d'écosystème pour la communication interpersonnelle en créant notamment un nouvel espace pour la communication en groupe. Nous avons ainsi pu exposer leurs possibilités et leurs limites pour celle-ci. Nous avons terminé en précisant que leur appropriation massive récente, la complexité de ces dispositifs et leur transformation de la dynamique relationnelle perturbent la construction d'un cadre de référence technologique commun pour les utilisateurs, mais qu'elle détient aussi une potentialité pour résoudre des enjeux physiques de la communication en groupe hors ligne, notamment pour l'organisation d'assemblée délibérante. Dans ces circonstances, les utilisateurs d'un groupe doivent donc s'organiser pour construire un sens commun de la façon de communiquer ensemble sur ces

plateformes. À notre connaissance, au moment où nous avons effectué cette revue de littérature, il n'existe aucune documentation portant spécifiquement sur l'organisation de la communication en groupe sur les médias socionumériques dans un contexte d'assemblée délibérante. Il devient donc problématique pour un groupe interagissant uniquement sur les médias socionumérique d'organiser leurs pratiques à partir de leur cadre de référence technologique respectif pour bénéficier des avancées technologiques que proposent les médias socionumériques pour améliorer leurs pratiques. Nos lectures démontrent notamment qu'il semble y avoir une asymétrie entre le contexte fonctionnel et celui socioaffectif pour les groupes interagissant exclusivement sur les médias socionumériques. L'aspect fonctionnel d'un groupe fait référence à ses façons de faire, à la tâche à accomplir, alors que l'aspect socioaffectif représente les façons d'être ensemble du groupe, les relations entre les membres du groupe (Mongeau, Saint-Charles et Tremblay, 2006). Cette asymétrie consiste principalement à favoriser la transmission de l'information aux dépens de la relation que l'on peut entretenir avec les autres membres du groupe, ce qui ralentit le processus de développement du groupe et rend les liens sociaux entre les membres du groupe plus lousses (Coutant et Stenger, 2010, Gozlan, 2018 et Mongeau et Saint-Charles, 2019).

Puisque Orlikowski et Gash (1994) indiquent qu'il est préférable d'examiner les cadres de référence dans l'action, il serait pertinent de comprendre comment les membres d'un groupe privé interagissant uniquement sur les médias socionumériques organisent leur communication afin de développer leur conscience collective et négocier leur cadre de référence technologique respectif. Le cadre d'une assemblée délibérante nous semble un phénomène adéquat pour illustrer cette transformation du contexte de la communication en groupe puisque les médias socionumériques proposent potentiellement des solutions aux limites physiques mentionnées précédemment. Dans cette perspective, nous formulons notre question de recherche en ces mots :

De quelles façons les membres d'un groupe pourraient-ils mobiliser les propriétés novatrices de communication des médias socionumériques pour mettre en œuvre un cadre de référence collectif sur la façon d'y communiquer dans un groupe privé ?

1.10 Pertinences scientifiques, communicationnelles et sociales

L'exercice de notre revue de littérature sur le sujet, nous a appris que les recherches sur la médiation technique de la communication en groupe proviennent en grande majorité de celles sur l'ordinateur avant l'avènement des médias socionumériques alors que les recherches sur les médias socionumériques, quant à elles, s'intéressent en grande partie à leur utilité marketing que nous avons volontairement écartée de notre revue de littérature, ou aux changements sociaux plus larges qu'ils opèrent. Le corpus d'études sur l'organisation d'un groupe privé sur ces plateformes était limité lorsque nous avons effectué notre revue de littérature. Leonardi et Vaast (2017, p. 36) mentionnent à ce sujet : « More research would be needed to know more about social media-afforded collaboration in a wide variety of organizational contexts ». Depuis, ce champ de recherche s'est grandement développé, mais nous commençons à peine à comprendre l'impact de ces innovations sur la dynamique de groupe. C'est aussi ce que stipulent Vaast et al. (2017, p. 1181) : «There has so far been comparably less research on the use of social media and the emergence of new ways of organizing or new phenomena associated with social media use ». L'appropriation des médias socionumériques n'est pas un phénomène isolé temporaire. Il s'agit plutôt d'une pratique globale courante qui investit les communications humaines dans son ensemble. Les groupes n'y échappent pas.

Au niveau de la communication organisationnelle, des chercheurs ont découvert qu'ils peuvent amener les membres d'une collectivité à partager un ensemble de connaissances (Leonardi et Vaast, 2017) ou qu'ils font émerger de nouveaux rôles au sein des équipes (Treem et Leonardi, 2013) ou encore qu'ils permettent une nouvelle forme d'interdépendance que Vaast et al. (2017) nomme l'action connectée. Selon nous, la transformation de l'environnement de la communication met en œuvre une nouvelle réalité pour la communication en groupe. Elles offrent donc de nouvelles possibilités, mais entraînent aussi certaines contingences différentes des technologies précédentes. En se concentrant sur la façon dont les membres d'un groupe négocient leur cadre de référence technologique commun et s'organisent sur ces plateformes, il sera plus facile de les accompagner pour maximiser le potentiel qu'offrent les médias socionumériques pour

la collaboration. Nous pourrons aussi réduire les impacts négatifs qu'ils provoquent en développant de nouvelles fonctionnalités ou en formant adéquatement les utilisateurs. De plus, Treem et al. (2013) considèrent essentiel de comprendre ce que signifient ces technologies pour leurs usagers alors que Mongeau et Saint-Charles (2019) expliquent que leur appropriation et leur utilisation ont un effet récursif sur leur développement.

Notre objectif de recherche se situe donc dans la compréhension du processus d'organisation d'un groupe privé communiquant exclusivement à partir des médias socionumériques. Nous cherchons à comprendre de quelles façons les membres du groupe réussiront à construire un sens commun des possibilités offertes sur la plateforme malgré le fait qu'ils possèdent des cadres de référence technologique différents. Nous anticipons qu'il pourrait être possible que les nouvelles fonctionnalités proposées par ces dispositifs pour l'organisation de la communication collective permettent de développer un modèle innovant d'assemblée délibérante afin de surmonter les défis de temps et d'espace des organisations. Nous souhaitons explorer avec nos participants la façon d'agencer les fonctionnalités d'une plateforme pour y parvenir. Pour ce faire, nous avons choisi d'effectuer une enquête sur le terrain et d'utiliser le cadre conceptuel du *sensemaking* de Weick jumelé au concept d'affordance tel que mobilisé par Treem et Leonardi (2013) pour effectuer notre analyse. Nous présenterons dans notre prochain chapitre les aspects spécifiques de ce cadre conceptuel.

CHAPITRE II

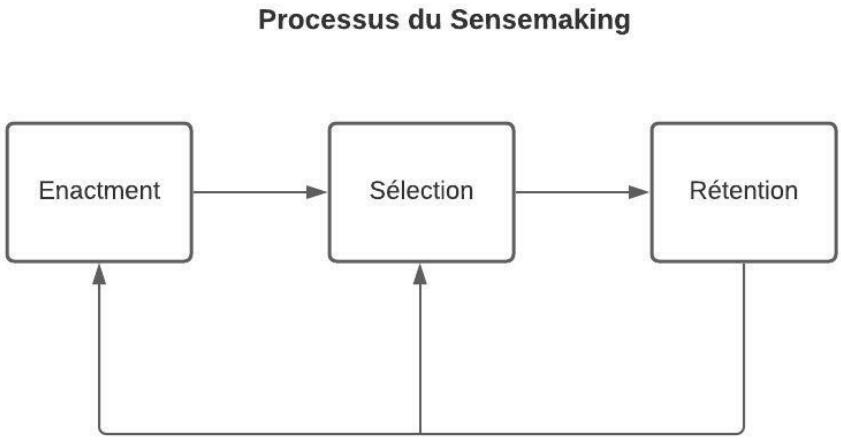
CADRE CONCEPTUEL

Nous avons établi précédemment que notre intérêt de recherche se porte sur la communication en groupe médiée par les médias socionumériques, soit une combinaison de champs de recherche en communication organisationnelle. Dans ce chapitre, nous poserons les bases de notre cadre conceptuel qui s'appuiera majoritairement sur le processus de *sensemaking* développé par Karl Weick et de ses différentes composantes, soit la mise en œuvre (*enactement*), la sélection, la rétention et la boucle rétroactive. Nous avons choisi ce modèle pour notre cadre conceptuel en raison de sa pertinence pour analyser l'évolution de la transformation des cadres de références technologiques ainsi que le contexte dans lequel s'opère celle-ci. Nous expliquerons par la suite les concepts de conscience collective et de nouvelles technologies. Nous terminerons par le concept d'affordance. Nous utiliserons par la suite les éléments de ces concepts pour établir nos questionnements spécifiques concernant l'organisation d'un groupe en ligne.

2.1 Le *sensemaking* selon Weick

Pour Weick, une organisation ou un groupe est un système d'engagement dans lequel émerge une nécessité de faire sens de la réalité commune. Arriver à faire sens ne peut se faire qu'en rétrospective et dépend de trois conditions, soit le choix, l'irrévocabilité et la visibilité. Dès lors qu'une décision collective doit être effectuée, les personnes impliquées mobilisent les propriétés du *sensemaking* pour y parvenir. Le *sensemaking* pour Weick est une tentative de créer des micros-stabilités au sein d'un changement continuel. Pour ce faire, il a conceptualisé un modèle représentant le processus dont les phases sont la mise en œuvre (*enactment*), la sélection et la rétention. Ces phases ne sont pas nécessairement séquentielles puisque le produit initial du modèle influence les actions subséquentes dans une boucle rétroactive et interactive permettant de clarifier

et de préciser le processus en soi. Nous présenterons dans ce chapitre chacune de ces phases à titre de concepts mobilisés dans notre recherche, mais avant, nous poursuivrons notre explication du *sensemaking.* (Weick, 2001)



Tout d'abord, nous avons mentionné que l'une des conditions du *sensemaking* consiste à faire des choix. Pour ce faire, les membres du groupe doivent collectivement prendre des décisions et réussir à s'entendre sur celles-ci. Weick explique que durant la période qui précède la décision, les individus accordent une attention équivalente à l'ensemble des alternatives afin de réduire leur ignorance sur le sujet. Il ajoute que s'ils accordent une attention différente aux alternatives, c'est celles qui seront rejetées qui recevront le plus d'attention. Ceci se produit puisque le groupe devra vivre à la fois avec les avantages et les inconvénients de leur choix tout en renonçant aux avantages et aux inconvénients que produisent les choix qu'ils auront rejetés. À partir du moment où une décision est prise, l'état du groupe passe de l'ignorance à la confusion. Ces deux états, l'ignorance et la confusion, caractérisent des formes d'équivoque que le groupe doit clarifier afin de réussir à faire sens. C'est ce qui constitue la condition d'irrévocabilité. (Weick, 2001)

Ensuite, l'irrévocabilité est liée au processus de *sensemaking* à deux moments, soit avant qu'une action engageante soit effectuée et après qu'elle devienne la responsabilité de quelqu'un sans être encore justifiée. Ceci s'explique du fait que l'action permet de représenter et de comprendre les structures organisationnelles d'un groupe et leur signification. Cependant, ces propriétés ne s'appliquent qu'aux actions sur lesquelles s'appuient les justifications du groupe puisqu'elles sont signifiantes pour ses membres. Weick ajoute ceci à ce propos : « When attention is focused on a handful of actions, the process of interpretation also become focused » (Weick, 2001, p. 76). Weick mentionne que pour réduire l'équivoque, les individus ne doivent pas nécessairement obtenir une quantité importante d'information, mais plutôt rechercher des sources riches d'informations qualitatives. Weick s'appuie sur la définition de Daft & Lengel (1986, p. 560) sur l'*information richness* afin de décrire ce que nous traduisons par des sources riches d'informations en ces mots : « Information richness is defined as the ability of information to change understanding within a time interval » (cité dans Weick, 2001, p. 10). Il s'agit de la capacité d'apprentissage de la communication. Une particularité importante à considérer pour notre recherche est le fait que cette richesse des sources d'information a tendance à être davantage présente dans les échanges hors lignes. (Weick, 2001)

Enfin, la visibilité est une condition nécessaire au *sensemaking* puisqu'elle ancre les parties impliquées dans une logique relationnelle requérant une justification de l'action visible par les autres parties. Weick ajoute que sans la visibilité, les membres du groupe ne ressentiraient pas la même pression à rendre compte de leur comportement vis-à-vis des autres. La visibilité force l'explication, mais elle permet aussi de justifier l'ensemble du processus du *sensemaking* comme nous le verrons subséquemment. (Weick, 2001)

Maintenant que nous avons abordé les trois conditions pour l'émergence du *sensemaking*, concentrons-nous sur sa manifestation. Weick mentionne que le *sensemaking* est le produit d'interprétations engageantes (*committed interpretation*) se basant sur deux états d'esprit, soit

l'interprétation et l'engagement. C'est par ce moyen que le groupe peut tenter de stabiliser sa compréhension d'une situation équivoque en mobilisant des justifications qui établissent un certain cadre d'interaction. C'est justement ce résultat des interprétations engageantes que Weick décrit en ces termes: « The residue from an episode of committed interpretation is a slight increase in social order plus a partial articulation of what that order consists of (e.g., role system, professional norms, group pressure, collective preference) » (Weick, 2001, p. 15 et 16). Il affirme ainsi que les interactions engageantes sont les manifestations des interprétations engageantes formant les modèles justifiant la structuration du groupe. C'est cette dernière, la structuration du groupe, qui justifie par la suite la cohérence des interactions au sein du groupe dans une boucle de rétroaction produite par leur mise en œuvre (*enactment*) dans le monde afin que le modèle gagne en validité et que les interactions deviennent plus significatives entre les membres du groupe. Voyons maintenant de façon plus spécifique les deux états d'esprit permettant l'interprétation engageante, soit l'interprétation et l'engagement. (Weick, 2001)

Concernant les propriétés de l'interprétation, il faut se rappeler les trois prémisses du constructivisme selon Gergen (1982), soit que l'identification de n'importe quelle action est sujette à un nombre infini de révisions, que le point d'ancrage de toutes les identifications s'appuie sur un réseau d'interprétations interdépendantes et continuellement modifiables et que n'importe quelle action est sujette à de multiples identifications, ce qui rend problématique l'identification de la supériorité relative de ces identifications. Bien que l'action de faire sens soit une action complexe, elle s'appuie sur une base symbolique centrale entre les membres du groupe ainsi que sur le besoin des gens de créer de l'ordre dans leur réalité en justifiant leurs choix selon des raisons socialement acceptables. Pour y arriver, les membres d'un groupe doivent être en mesure de partager et de négocier leur univers symbolique propre avec celui des autres afin de former la base symbolique commune à partir de laquelle ils pourront interpréter les événements vécus par le groupe. Cette base symbolique s'appuie sur un ensemble de représentations signifiantes construites à la fois par

la dynamique du groupe et par un contexte social dans lequel les membres du groupe évoluent. Weick cite à ce sujet les propos suivants :

> A sign achieves the status of a symbol when it is interpreted, not in terms of strict resemblance with what is signified, but when other patterns of suggestion and meaning are 'thrown upon' or 'put together' with the sign to interpret it as part of some much wider symbolic whole (Weick, 2001, p. 20).

C'est cet arbitrage dans l'interprétation entre sa propre perspective des signaux reçus, celle des autres sur ces mêmes signaux et le fait de lier ces interprétations à une structure cognitive existante qui permet de créer une base référentielle commune au sein d'un groupe. Il faut cependant faire attention aux biais cognitifs présents dans le processus d'interprétation pour ne pas fausser l'interprétation. (Weick, 2001)

Au sujet de l'engagement, il s'agit d'un état d'esprit permettant au *sensemaking* de se manifester puisqu'il matérialise l'intérêt des parties à se comprendre mutuellement. Pour cette raison, il est l'élément central pour observer le développement du *sensemaking* au sein d'un groupe comme le mentionne Weick : « Commitment become a more powerful tool to track *sensemaking* and the emergence of social structure in organizations » (Weick, 2001, p. 18). L'engagement se concentre initialement davantage sur les relations sociales plutôt qu'un comportement individuel puisque les relations sociales produisent leur propre condition d'engagement. Weick explique en ces mots la façon dont le tout s'exécute : « Commitment is a reference point fort *sensemaking*, and the object of that commitment is a double interact, not an act » (Weick, 2001, p. 16). Cette double interaction est l'unité de base du *sensemaking* puisqu'elle possède l'ensemble des propriétés de l'engagement, soit la volonté, la visibilité, le fait que l'action soit explicite et qu'elle soit irrévocable. En effet, lorsque l'on interagit avec d'autres membres d'un groupe hors ligne, l'interaction laisse une trace dans la relation de ceux qui la perçoivent. Les parties impliquées dans celle-ci ne peuvent plus retirer leur interaction de la dynamique relationnelle alors que celles qui n'étaient pas impliquées

ne peuvent pas y avoir accès pour se faire leur propre impression. Il s'agit ici d'un autre élément important à considérer dans le cadre de notre recherche puisque la médiation technique modifie ces conditions d'interactions en raison de la configuration de la technologie utilisée. De plus, si l'interaction génère un engagement particulier, celui-ci a tendance à intensifier la recherche de justification par la suite et à lier les parties concernées dans cette action de justification. Weick ajoute ceci concernant le processus de justification: « Justification is not a brief moment in *sensemaking*. Instead, it shapes and is shaped by action subsequent to the commitment » (Weick, 2001, p. 23). Puisque le processus d'engagement est initialement centré sur la relation sociale, les individus peuvent parfois justifier leur choix en invoquant des entités sociales plutôt que des raisons personnelles. Weick poursuit ses explications sur l'importance de l'engagement pour le *sensemaking* en ces termes : « Commitment focuses *sensemaking* on three things : an action, a socially acceptable justification for that action, and the potential of subsequent activities to validate the justification (Weick, 2001, p. 74 et 75). Pour lui, l'engagement relie les comportements, les explications de ces comportements, le contexte social et les attentes des autres dans une possible séquence de cause à effet. À ce sujet, il ajoute que lorsque les parties impliquées dans une double interaction engageante acceptent une certaine justification pour cette dernière, celle-ci peut mener à la structuration de rôles ou de certaines formalités ou normes relationnelles au sein du groupe puisque l'échange à démontrer l'interdépendance des comportements manifestés en lien avec la structure du groupe ce qui amplifie par la suite la justification qui a mené à cette double interaction engageante. Le processus de justification est important pour l'engagement à un tel point qu'il peut conduire à des prophéties autoréalisatrices en forçant les individus à trouver des raisons rationnelles pour expliquer leur mise en œuvre (*enactment*) initiale alors que celle-ci peut n'être le fruit que d'une intuition fortuite. Voyons maintenant plus en profondeur chacune des phases du processus de *sensemaking* en débutant par la mise en œuvre (*enactment*). (Weick, 2001)

2.1.1 La mise en œuvre (*enactment)*

Lors de la présentation générale du *sensemaking* nous avons identifié la mise en œuvre (*enactment*) comme l'amorce du processus pour faire sens. Weick décrit cette phase en ces mots : « […] enactment involves generating the raw data which is eventually transformed by other processes into information and action » (Weick, 2001, p. 193). Le choix de ce mot en anglais (*enactment*) pour cette phase est significatif puisqu'il permet de comprendre que lorsque les individus agissent, ils produisent les situations et les structures qu'ils définiront par la suite dans leur processus de *sensemaking* ainsi que les mouvements subséquents de ce processus. Weick poursuit sa description en ces termes : « The product of enactment is not an accident, an afterthought, or a byproduct. Instead, it is an orderly, material, social construction that is subject to multiple interpretations » (Weick, 2001, p. 226). L'objectif de cette phase selon lui est de produire et d'organiser sommairement les données brutes pour activer les phases successives du *sensemaking* alors que le résultat de cette phase crée un environnement qui est mis en œuvre (*enacted environment*) à partir duquel nous pourrons rétroactivement valider le produit de la sélection, de la rétention ou faire les ajustements adéquats. Il y a donc une certaine nécessité de contrôler l'action de mettre en œuvre puisque ce sera sur ces actions de contrôle que se concentrera la réflexion rétrospective permettant de faire sens. Ainsi, la phase de mise en œuvre ne survient pas seulement au début du processus. Elle est plutôt réactivée en continu pour clarifier et valider le produit de la phase de rétention que nous aborderons prochainement. C'est ce que Weick explique par le terme *residiuum* dans cet extrait :

> An enacted environments is the residiuum of changes produced by enactment. The word "residuum" is preferred to the word "residue" because residuum emphasizes that what is left after a process cannot be ignored or left out of account because it has potential significance (Weick, 2001, p. 226).

Weick ajoute que le processus de mise en œuvre (*enactment*) se sépare en deux activités, soit celle que nous avons déjà expliqué de générer le matériel brut pour le processus du *sensemaking* puis celle de catégoriser grossièrement (*bracketing*) ces données avant qu'elles ne deviennent une source d'information. Ces deux activités peuvent être influencées par les expériences passées de ceux qui les produisent et restreindre le processus du *sensemaking* en excluant des éléments de leur expérience lors de leur traitement. La catégorisation sous-entend que l'expérience sera étiquetée pour établir certaines frontières lousses permettant de distinguer les éléments mis en œuvre entre eux. Pour illustrer ces deux faces de cette phase, Weick utilise la métaphore de la charade à titre de processus de communication relatif au *sensemaking* entre celui qui génère la charade et ceux qui doivent la découvrir en la segmentant selon leur propre perception de celle-ci. Il souligne qu'il est important de séparer ces deux activités lors de l'analyse afin d'être en mesure de comprendre ce qui affecte chacune d'elles. Nous avons mentionné précédemment que l'interprétation ne peut se faire que dans l'interaction. Les membres d'un groupe doivent donc s'assurer, lors de cette phase, de s'entendre sur les éléments qui pourront servir de variables pour les prochaines phases et quelles sont les liens raisonnables à faire entre ces variables. Plus précisément, Weick affirme ceci à ce sujet : « The crucial collective act in organizations may consist of members trying to negotiate a consensus on which portions of an enacted display are figure and which are ground » (Weick, 2001, p. 201). C'est donc une phase critique dans le processus du *sensemaking*, car chacun des individus introduit sa compréhension particulière sur le matériel mis en œuvre, ce qui influence à son tour la compréhension de celui-ci et celle du collectif sur celui-ci. À ce stade, il est normal de retrouver une certaine équivoque sur le matériel mis en œuvre et sur l'étiquetage puisque ce sera lors des phases suivantes que les acteurs souhaitant faire sens se concentreront pour la réduire le plus possible. Il est cependant essentiel que les personnes impliquées arrivent à s'entendre sur ce qui a été mis œuvre et comment le traité pour coordonner la prochaine phase du processus de *sensemaking*, soit la sélection. (Weick, 2001)

2.1.2 La sélection

En ce qui concernant la sélection, il s'agit de la phase dans le processus de *sensemaking* pour laquelle l'état d'esprit d'interprétation, comme nous l'avons présenté précédemment, est principalement requis. Weick décrit la sélection en ces mots :

> « […] the process of selection […] involves the activities of punctuation and connection. Punctuation means chopping the stream of experience into sensible, namable, and named units, and the activity of connection involves imposing relationships, typically causal relationships, among the punctuated elements » (Weick, 2001, p. 189).

Il poursuit en mentionnant que l'activité conjointe de la ponctuation et de la connexion est l'analyse (*parsing*) et que le résultat de cette activité mène à la transformation du matériel brut produit par la mise en œuvre (*enactment*) en information. Il ajoute que l'analyse (*parsing*) est plutôt un acte d'invention que de découverte (Weick, 2001). Plus précisément au niveau de la ponctuation, il faut prendre en considération trois de ses aspects, soit qu'il s'agit d'une activité arbitraire, qu'il s'agit d'un préalable du *sensemaking* et qu'elle impose une relation dichotomique entre le sens figuré et le sens propre d'un environnement mis en œuvre (*enacted environment*) afin de le rendre plus gérable dans le processus du *sensemaking*. Il précise sa pensée sur la ponctuation en ces termes : « […] punctuation involves chopping a stream of experience into event-variables that are labeled but that these labels are rather arbitrary » (Weick, 2001, p. 190). C'est à partir de ces variables qu'un collectif adoptant l'esprit d'interprétation peut débuter le travail de connexion afin de les regrouper en unité significative. Cette deuxième étape de la transformation du matériel brut en information nécessite un travail cognitif sur les données afin de les rassembler dans un réseau de séquences causales permettant de créer une carte des causes, ce qui produit le substrat des négociations de la phase de rétention. Weick utilise la métaphore de la cartographie pour illustrer le processus de *sensemaking* afin de démontrer que le groupe débute son périple en terrain complètement ou partiellement inconnu et que chacune des phases permet de dessiner avec de plus

en plus de clarté le cadre de la situation et ce qu'y s'y retrouve. La métaphore de la cartographie est aussi utilisée pour signifier qu'il existera toujours un décalage entre la compréhension du groupe de la situation et la situation elle-même de la même façon que la carte n'est pas le territoire d'où la nécessité de ne pas figer complètement le produit de la sélection afin de pouvoir y revenir et le préciser davantage. Cependant, avant d'effectuer cette rétroaction, il est essentiel pour le groupe de procéder à la phase de la rétention. (Weick, 2001)

2.1.3 La rétention

Ainsi, on retrouve la rétention comme dernière phase du processus de *sensemaking*. Il s'agit de l'étape lors de laquelle le matériel brut devenu information est négocié au sein du groupe afin de conserver les éléments faisant consensus, de retourner à la phase de sélection, ceux étant partiellement acceptés et de rejeter ceux qui ne cadrent pas. Weick décrit l'importance de cette phase pour le processus du *sensemaking* en ces termes : « Retention is crucial for *sensemaking* because it articulates plausible maps, often in narrative form, that summarize a sense of the situation » (Weick, 2001, p. 305). Il est essentiel de comprendre que c'est la plausibilité plutôt que l'exactitude qui est utilisée comme critère d'évaluation de l'information lors de la phase de rétention puisque lors des phases précédentes il se peut que des éléments n'aient pas été considérés pertinents ou qu'ils aient été simplement oubliés. Les individus impliqués doivent arriver à s'entendre collectivement sur les éléments qui seront retenus. L'objectif est de resserrer le système de signification du groupe pour le rendre le plus opérationnel possible et le retourner dans la boucle d'interprétation du *sensemaking*. On assiste donc à une transition faisant passer les personnes impliquées de l'attitude de l'interprétation vers celle de l'engagement comme nous l'avons décrit précédemment. Pour arriver à s'entendre, un groupe doit prendre en compte les trois niveaux suivants. Premièrement, les membres du groupe doivent valider les concepts résumant leur expérience commune. Deuxièmement, ils doivent faire consensus sur les liens à faire entre ces concepts. Troisièmement, ils doivent déterminer l'impact de ces liens sur leur propre expérience,

mais aussi l'influence du groupe sur les concepts mentionnés. Cela étant dit, il faut se rappeler que c'est à travers une double interaction que ces niveaux s'opèrent. Chaque individu construit sa propre carte des causes possibles pour expliquer la situation pour ensuite la partager avec les autres et y réagir tout en étant attentif à leurs réactions sur sa propre carte. C'est dans l'interaction qu'ils découvriront si les concepts qu'ils ont identifiés se retrouvent aussi dans la carte des causes possibles des autres personnes impliquées. À ce sujet Weick ajoute : « The cause map contains the structure, the process, and the raw materials form which agreements and conflicts are built when people coordinate action » (Weick, 2001, p. 328). C'est donc dire que la carte des causes possibles est le noyau de la double interaction puisque celle-ci contient les hypothèses visant à éclaircir la situation et que c'est sur celle-ci que les négociations se feront entre les parties impliquées sur les concepts et leurs relations. L'idée ici pour les participants est de se concentrer sur les éléments qu'ils partagent en commun pour construire la compréhension du groupe dans un premier temps et ensuite de prendre en considération les divergences existantes pour les clarifier. Le groupe recherche une certaine base d'homogénéité dans leur compréhension respective de l'environnement qui a été mis en œuvre (*enacted environment*) pour arriver à faire sens. Ils s'engagent donc auprès des autres à faire des choix et à réduire au mieux l'équivoque de la situation et des informations au moyen de leurs interactions. Cet engagement leur servira par la suite à valider ou à modifier leurs perceptions lorsqu'ils mettront en œuvre leur conception de la situation construite à partir des éléments retenus dans une nouvelle boucle de *sensemaking* précisant davantage leur compréhension de la situation et de l'information sélectionnée. C'est de cette façon qu'ils réussiront à stabiliser leur environnement malgré le changement continuel (Weick, 2001). Enfin, la phase de rétention est aussi la source de la justification à deux niveaux. Tout d'abord, le groupe justifie les choix effectués à chacune des phases pour soutenir le résultat de celles-ci. Puis, elle produit un effet mobilisateur sur les actions subséquentes du groupe pour justifier leur comportement. Maintenant que nous avons abordé chacune des phases du *sensemaking*, nous décrirons certaines capacités du groupe permettant d'expliquer la mise en place de la boucle

rétroactive nécessaire pour préciser et clarifier le produit de la mise en œuvre (*enactment*), de la sélection et de la rétention. (Weick, 2001)

2.2 La mémoire

Nous aborderons brièvement le concept de mémoire avec un angle psychosocial afin de soulever son influence sur chacune des phases du *sensemaking* et particulièrement sur son incidence sur la boucle rétroactive du processus. L'objectif étant de comprendre comment utiliser cette connaissance passée sans contaminer le processus du *sensemaking*. Nous avons soulevé que l'action de mise en œuvre initiale ne s'effectue pas complètement en vase clôt. Le groupe évolue dans un certain environnement et ses membres possèdent une certaine expérience du monde dans lequel le groupe se développe. C'est donc dire qu'il existe dès le départ du processus un vécu en filigrane pouvant intervenir sur la dynamique du groupe. Il est donc essentiel d'en prendre conscience afin de circonscrire son impact. Weick décrit la façon d'y parvenir en ces termes : « Flexible use of retained knowledge occurs when previous meanings are treated as binding either on selection (I use interpretations that have worked before) or enactment (I act in ways that have worked before), but not on both » (Weick, 2001, p. 357). Une fois le processus initial du *sensemaking* effectué par le groupe, celui-ci devra affiner sa compréhension de la situation en activant le produit de la rétention sur chacune des phases précédentes. Pour y parvenir, il devra conserver les significations retenues avec une certaine légèreté sans les figer pour qu'elles puissent évoluer en accord avec la réalité. C'est ce que Weick explique ainsi : « To hold one's meanings lightly means that one of the two processes of enactment or selection is tied to meanings that have worked in the past, but the other process isn't » (Weick, 2001, p. 357-358). C'est donc dire que le groupe doit prendre conscience à la fois des connaissances pouvant influencer son processus au départ, mais aussi que le produit du processus lui-même doit être géré de façon à permettre au groupe d'adapter leur compréhension des significations qu'ils produisent. En n'attachant pas simultanément les deux phases de mise en œuvre (*enactment*) et de sélection aux

connaissances passées et aux significations retenues, le groupe peut mettre en place les conditions pour l'émergence de nouvelles conceptions et activer, sur celle-ci, le processus du *sensemaking* que nous avons décrit. C'est pour cela que nous considérons la boucle rétroactive comme un élément nécessaire pour l'accomplissement du *sensemaking* et que la mémoire est la propriété qui permet à la boucle rétroactive de s'accomplir. Pour reprendre la métaphore de la cartographie, la carte nous permet de planifier notre itinéraire bien qu'elle ne soit pas une représentation exacte de la réalité dynamique qu'elle représente. De son côté, l'action permet d'améliorer et d'actualiser la carte en constatant son évolution. Ce qui est intéressant à ce sujet concernant notre objet de recherche, c'est que les nouvelles technologies comme les médias socionumériques rendent les communications persistantes, ce qui permet de conserver un historique des échanges ayant eu lieu entre les membres du groupe. Les participants peuvent donc retourner, au moment qu'ils le souhaitent, à l'origine de la communication pour s'y référer sans avoir recourt à leur propre mémoire ce qui réduit les altérations que celle-ci peut effectuer sur la communication comme ce qui se produit habituellement lors des échanges physiques. Enfin, la mémoire ainsi que l'ensemble des phases du processus de *sensemaking* sont les éléments nécessaires pour voir émerger une conscience collective de groupe.

2.3 La conscience collective

Le concept de conscience collective est pertinent pour notre recherche puisque celui-ci décrit ce que Lewin signifiait lorsqu'il mentionnait que le groupe est quelque chose de plus grand que la somme de ses membres (Lewin, 1947). Weick donne une précision importante sur le plan sémantique en mentionnant qu'il préfère parler de conscience collective plutôt que de conscience de groupe ou de conscience organisationnelle puisqu'il considère que ce terme réfère davantage au comportement des individus agissant en groupe. Il ajoute ceci à ce sujet : « People who act as if they are a group interrelate their actions with more or less care, and focusing on the way this interrelating is done reveals collective mental processes that differ in their degree of development »

(Weick, 2001, p. 262). Il ajoute que la particularité de la conscience collective est que les parties de son système social sont connues de tous, mais que son ensemble n'est connu de personne. C'est notamment pour cette raison que les membres d'un groupe se considèrent complémentaires. Il poursuit en mentionnant que la contribution, la représentation et la subordination sont des actions par lesquelles nous pouvons constater la conscience collective du groupe. Il ajoute aussi que les interactions attentionnées (*heedful interrelating*) mettent en œuvre la conscience collective et permettent d'évaluer son niveau de développement entre les individus. Ceci s'explique du fait qu'elles démontrent une amélioration de la compréhension de l'autre chez les membres du groupe. Weick mentionne aussi qu'elles améliorent la capacité du groupe à faire face aux situations inconnues en ces termes : « The more heed reflected in a pattern of interrelations, the more developed the collective mind and the greater the capability to comprehend unexpected events that evolve rapidly in unexpected ways » (Weick, 2001, p. 267). Il s'agit d'un élément important à considérer au niveau des nouvelles technologies comme les médias socionumériques. Nous aborderons subséquemment les raisons qui expliquent cette importance. Weick mentionne que les individus formant un groupe peuvent se comporter de façon plus ou moins attentionnée les uns envers les autres. Lorsque le niveau d'interactions attentionnées (*heedful interrelating*) augmente, le groupe a tendance à démontrer davantage d'entraide ce qui lui permet de faire face à des situations plus complexes. Le groupe devient ainsi un système de soutien pour ses membres. À partir du concept de conscience collective et de sa manifestation par les interactions attentionnées (*heedful interrelating*), nous pouvons analyser des activités sociales complexes en nous concentrant sur trois aspects, soit le niveau d'attention déployée, les comportements des individus entre eux et le niveau de conscience commune ressenti par les membres. Les activités sociales complexes se manifestent notamment lorsque la communication d'un groupe est médiée par les nouvelles technologies. C'est ce que nous aborderons dans la présentation du prochain concept de notre cadre. (Weick, 2001)

2.4 Nouvelles technologies

Dans le cadre de notre recherche, nous associons les médias socionumériques au concept de nouvelles technologies tel que développé par Weick. Il définit les nouvelles technologies en se basant sur trois définitions de la technologie. Tout d'abord, il cite Hulin et Roznowski (1985) afin de mettre l'emphase sur le fait que les technologies sont des systèmes composés d'aspects physiques et de processus intellectuels ou des connaissances qui une fois transformées deviennent utiles pour d'autres sous-systèmes. Il cite ensuite Law (1987) pour démontrer que les technologies sont un ensemble de méthodes permettant de mobiliser d'autres forces, humaines ou non-humaines, afin de créer un système relativement stable composé d'éléments hétérogènes faisant émerger de nouvelles propriétés. Enfin, il cite Berniker (1987) qui décrit les technologies comme un corpus de connaissance nous permettant de travailler sur le monde et de comprendre les causes et les effets de nos actions en les étudiant, les codifiant et les enseignant aux autres. Ce qu'il faut comprendre ici, c'est que pour Weick, les nouvelles technologies sont un assemblage conscient de systèmes techniques évoluant à partir de l'expérience de ses utilisateurs. Il s'agit donc d'un construit complexe s'appuyant sur des connaissances émergentes ainsi que d'autres construits plus simples permettant potentiellement de créer de nouveaux construits plus complexes. En ce sens, les nouvelles technologies utilisent elles aussi le processus de *sensemaking*. Afin de situer cette abstraction dans l'histoire humaine, au niveau des communications, les nouvelles technologies débutent avec l'invention du télégraphe à la fin du 18^{e} siècle grâce aux nouvelles découvertes concernant l'électricité. Je laisserai le soin aux mots de Weick de résumer l'importance de ce concept pour notre sujet de recherche d'un point de vue technique : « Especially with new technologies, a specific technical system if often the vehicle to discover cause-effect linkages in human action that we had not seen before, but which can now be used in subsequent designs » (Weick, 2001, p. 150). C'est donc dire que la médiation de la communication de groupe par les médias socionumériques pourrait nous permettre de découvrir de nouvelles façons d'organiser celle-ci (Weick, 2001).

Maintenant que le concept des nouvelles technologies est défini, concentrons-nous sur ses propriétés. Weick affirme que les nouvelles technologies sont équivoques. Il précise sa pensée en ces mots : « New technologies mean many things because they are simultaneously the source of stochastic events, continuous events, and abstract events » (Weick, 2001, p. 148). Nous définirons ces trois types d'événements subséquemment, mais avant nous devons mentionner que les systèmes complexes composés de ces trois types d'événements produisent à la fois un sens limité tout en créant simultanément plusieurs types de sens. La limite du sens vient du fait que nous ne sommes pas réellement conscients de tout ce qui se produit lorsque nous utilisons un système complexe. De plus, ils produisent différents sens puisque nous pouvons les utiliser de nombreuses façons différentes. C'est pour ces raisons que le processus du *sensemaking* nous permet de mieux les comprendre. Il faut donc les aborder du point de vue de la structuration comme nous l'avons vu précédemment plutôt que de les considérer comme des structures déterministes. Cette compréhension nous permet d'expliquer les raisons pour lesquels Weick considère les nouvelles technologies comme des événements stochastiques, continuels et abstraits. Leur propriété stochastique les définit comme des techniques permettant des issues probables : « stochastic environments represent a moving target for learning because they can change faster than people can accumulate knowledge about them » (Weick, 2001, p. 153). C'est en ce sens qu'ils sont imprévisibles. Lors d'un échange privé avec Berniker, ce dernier lui mentionna que les événements stochastiques peuvent se manifester de quatre façons différentes, soit par la combinaison de deux caractéristiques. La première dyade est qu'ils peuvent être compris ou incompris alors que la deuxième est qu'ils peuvent se produire une seule fois ou de façon récurrente. Ils peuvent donc soit se produire une seule fois et être compris, soit se produire une seule fois, mais ne pas être compris, soit se produire de façon récurrente et être compris ou enfin se produire de façon récurrente, mais ne pas être compris. C'est seulement lorsque les événements stochastiques se produisent de façon récurrente qu'ils peuvent générer des apprentissages. Ce dernier élément place les bases de la propriété continuelle des événements relatifs aux nouvelles technologies puisque celles-ci doivent fonctionner dans un impératif de fiabilité plutôt que dans une logique d'efficience comme l'étaient

les technologies déterministes. Enfin, concernant la propriété d'abstraction des événements, Weick mentionne que les nouvelles technologies peuvent être utilisées sans nécessairement comprendre toutes leurs composantes ni les processus qui les régissent et que l'utilisation de celles-ci peut entraîner une réflexion sur leur usage et ainsi en découvrir des nouveaux. À ce sujet, Weick modélise le processus d'appropriation des nouvelles technologies en mettant l'emphase sur le fait qu'au départ les utilisateurs tenteront de transposer une logique d'utilisation externe institutionnalisée comme point de référence, mais que plus ils utiliseront le dispositif plus ils pourront le comprendre et modifier leur logique d'utilisation conformément aux nouvelles propriétés proposées. Il explique ce phénomène de cette façon : « Material artifacts set sensemaking processes in motion; sensemaking is constrained by actions, which themselves are constrained by artifacts; and sensemaking attempts to diagnose symptoms emitted by the technology » (Weick, 2001, p. 168). Comme nous l'avons présenté dans le premier chapitre, ce que nous avons trouvé lors de notre revue de littérature concernant l'évolution des recherches sur la communication médiée par ordinateur s'est concentrée principalement sur les courriels dans un contexte professionnel à une époque où la technologie ne permettait pas de médier la communication de façon collective. Nous croyons que ce contexte a eu un impact sur le développement du cadre de référence technologique des utilisateurs et des chercheurs concernant les médias socionumériques et leur capacité à organiser la communication d'un groupe. Nos lectures portent à croire que ces plateformes proposent des possibilités innovantes pour la communication en groupe puisqu'elles offrent un environnement collectif pour communiquer ainsi qu'une visibilité commune sur l'ensemble des communications y ayant lieu. En ce sens, le canal de communication devient un lieu de communication que l'on peut rejoindre à tout moment et à des endroits différents. C'est à partir du concept d'affordance que nous pourrons percevoir la transformation de ce contexte de communication.

2.5 L'affordance

Le dernier concept que nous souhaitons aborder est celui de l'affordance des nouvelles technologies. Le concept d'affordance se définit par la relation dynamique entre un dispositif technique, ses utilisateurs et les possibilités d'actions particulières que ceux-ci peuvent mettre en œuvre sur celui-ci (Davis et Chouinard, 2016; Faraj et Azad, 2012; Leonardi et Vaast, 2017; Majchrzak et al. 2013; Vaast et al. 2017). Ce concept découle initialement des travaux de Gibson (1977) en psychologie écologique dans lesquels il stipulait que l'environnement offre aux animaux des mécanismes d'actions et des conditions pour que celles-ci puissent exister (David et Chouinard, 2016; Treem et Leonardi, 2013; Vaast et al. 2017). Par la suite en 1988, Norman stipulera que les possibilités et les propriétés doivent être perçues pour pouvoir être utilisées (David et Chouinard, 2016). Le concept sera ensuite intégré dans les travaux de recherches sur la communication médiée par l'ordinateur (Vaast et al., 2017). Il est important de préciser que l'affordance ne représente pas nécessairement les fonctions et les résultats de l'utilisation d'une technologie, mais bien les possibilités que celle-ci permet, peu importe qu'elles soient intégrées, transformées ou rejetées par l'utilisateur. Ce concept est une façon de dépasser le déterminisme technique tout en structurant les interprétations possibles du constructivisme sur une technologie (Vaast et al., 2017; Zammuto et al. 2007). Treem et Leonardi (2013, p. 146) soulignent notamment au sujet de ce concept : « it helps to explain why people using the same technology may engage in similar or disparate communication and work practices ». C'est donc dire que ce concept pourra nous aider à opérationnaliser notre recherche et à comprendre les manifestations du processus du *sensemaking* lors de notre enquête terrain en matérialisant les différentes étapes de celui-ci dans la pratique des utilisateurs.

Nous introduisons cet élément à notre cadre conceptuel puisque comme le mentionnent Leonardi et Vaast (2017) les nouvelles technologies sont des assemblages de matériaux possédant des propriétés qui dépassent leur utilisation dans un certain contexte en permettant ou en limitant

l'action dans un autre contexte et que dans le cadre d'une approche constructiviste, les individus peuvent faire le choix dans la façon qu'ils les utiliseront s'ils perçoivent ces possibilités. Zammuto et al. (2007, p. 752) ajoutent justement à ce sujet : « Possibilities of action are not given, but depend on the intent of the actors enacting them ». C'est donc dire que ce concept d'affordance s'intègre dans la conceptualisation du *sensemaking* de Weick particulièrement en ce qui concerne la communication en groupe puisque chacun des membres du groupe doit faire sens de sa propre utilisation des médias socionumériques et du cadre de référence technologique des autres pour communiquer en groupe afin d'en arriver à un consensus sur la façon dont le groupe utilisera ou non, et de quelles façons, les possibilités offertes par la plateforme. Se concentrer sur les comportements rendus possibles par les médias socionumériques est l'une des façons, selon Treem et Leonardi (2013), par laquelle les chercheurs peuvent dépasser les particularités des technologies ou de leurs composantes afin de comprendre les résultats de ceux-ci en termes de communication.

Pour ce faire, nous devons nous assurer tout d'abord d'identifier la technologie que nous utiliserons pour notre enquête et de spécifier les modalités d'actions auxquelles nous aurons recours sur celle-ci en les limitant à certaines activités spécifiques ce que nous ferons dans le prochain chapitre (Majchrzak et al. 2013). Il sera aussi important de comprendre que l'affordance s'exprime dans un contexte particulier pour démontrer ce que la technologie étudiée peut permettre comme action (Treem et Leonardi, 2013). Le concept d'affordance est habituellement mobilisé sur le plan individuel. Dans le cas d'un groupe, il faudra comprendre ce concept dans sa nature partagée ou collective. L'affordance partagée consiste dans la vision actualisée de différents individus dans ce qu'ils peuvent faire avec la technologie pour répondre à des besoins similaires alors que l'affordance collective fait davantage référence à la façon d'utiliser la technologie pour répondre à un besoin du groupe afin de générer un résultat collectif (Vaast et al., 2017). Il est aussi essentiel de saisir que le concept d'affordance s'opère par gradation de ce que la technologie peut permettre comme possibilité. Selon sa conception, une technologie peut offrir un degré plus ou moins grand pour une certaine affordance comparativement à une autre technologie pour la même affordance

(David et Chouinard, 2016). C'est pourquoi David et Chouinard (2016) suggèrent de comprendre le concept d'affordance selon six mécanismes d'actions qu'une technologie peut proposer, soit qu'elle l'exige, qu'elle la demande, qu'elle la permet, qu'elle l'encourage, qu'elle la dissuade ou qu'elle la refuse. Voyons plus particulièrement comment ces mécanismes s'opèrent.

Tout d'abord, la technologie exige lorsqu'elle dirige l'utilisation de ses fonctionnalités dans une certaine direction tout en laissant l'utilisateur libre de diverger de cette requête. Contrairement à l'exigence, la technologie demande lorsqu'elle ne donne pas le choix à l'utilisateur de diverger dans son utilisation. Par exemple, Facebook demande une adresse courriel fonctionnelle pour pouvoir s'enregistrer alors qu'elle exige le nom de l'utilisateur pour construire son profil. Dans le premier cas, l'utilisateur ne pourra pas poursuivre son utilisation de Facebook sans valider son courriel alors qu'il peut très bien inventer un nom pour créer son profil et continuer son utilisation de la plateforme. L'exigence et la demande sont des requêtes de la technologie à ses utilisateurs. Ces mécanismes correspondent à l'efficacité de la technologie à encadrer ses usagers à suivre un chemin tracé pour bénéficier de ses fonctionnalités. Celui-ci demeure toutefois libre de trouver des façons créatives de contourner les demandes pour poursuivre son utilisation. Ensuite, le mécanisme de permission quant à lui suppose que l'utilisateur peut ou non mobiliser une fonctionnalité d'une certaine façon ou bien trouver une nouvelle façon créative d'utiliser la même fonctionnalité. Enfin, les trois derniers mécanismes, l'encouragement, la dissuasion ou le refus réfèrent aux désirs d'utilisation de la technologie de la part des individus. Une fonctionnalité peut encourager certaines façons d'utiliser la technologie lorsqu'elle oriente une ligne d'action vers un certain résultat souhaité. Ainsi, le bouton de réaction « J'aime » et le bouton « Partage » de *Facebook* propose aux individus d'interagir avec les autres utilisateurs sans nécessairement les forcer à le faire. À l'opposé, la technologie dissuade certains comportements en plaçant une barrière pour limiter ceux-ci comparativement à d'autres comportements. L'utilisateur doit donc contourner ces barrières pour pouvoir effectuer le comportement souhaité. Par exemple, *Facebook* dissuade ses utilisateurs d'écrire de trop longs commentaires en imposant une limite au nombre de caractères pouvant être

utilisé dans un même commentaire sous une publication. L'utilisateur peut pourtant contourner cette barrière en publiant plusieurs commentaires d'affilés, mais cette pratique pourrait être perçue négativement par les autres utilisateurs, ce qui limite son utilisation sans forcément l'interdire. La technologie refuse un comportement lorsque celui-ci ne peut pas être effectué par ses fonctionnalités. Les auteurs stipulent que ces mécanismes ne sont pas exhaustifs, mais qu'ils sont davantage un outil d'analyse pour comprendre la relation entre un sujet et un artefact et constater les éléments récurrents qui s'y déroulent. Leur modèle sous-entend trois conditions d'affordance, soit la perception, la dextérité et la légitimité culturelle et institutionnelle. Les utilisateurs doivent être en mesure de percevoir une certaine possibilité pour pouvoir l'utiliser. Ils doivent aussi posséder une certaine compétence d'utilisation de la technologie pour effectuer l'action rendue possible par celle-ci. Puis, la possibilité d'action s'inscrit dans un contexte social qui le légitime ou non. Chacune de ces trois conditions est interdépendante puisqu'elles ne peuvent pas être opérées sans les deux autres. Il s'agit bien entendu de mécanismes dynamiques puisqu'en raison des itérations fréquentes que subissent les nouvelles technologies, celles-ci peuvent offrir certaines possibilités et les retirer ou, au contraire, ne pas les offrir et les développer par la suite à la demande des utilisateurs (Davis et Chouinard 2016). L'intégration de ce dernier concept implique la capacité de pouvoir nommer les phénomènes que nous observerons sur la plateforme de manière à reconnaître l'interaction entre les individus formant un groupe et la technique utilisée pour médier leur communication.

Justement au sujet de cette interaction, Leonardi et Vaast (2017, p. 9) mentionnent :

> Using this affordance lens to review and organize research on social media use within organizations reveals that people's goals and the materiality of these new technologies intersect in three related processes: (1) the diffusion of social media, (2) the use of social media, and (3) the organizing processes occurring around and through social media.

De leur côté, Zammuto et al. (2007, p. 752) ajoutent concernant l'implication du concept d'affordance pour la communication organisationnelle : « We use affordances for organizing as a bridging concept that emerges from the intersection of IT systems and organization systems ». Treem et Leonardi (2013) ont démontré que les processus de communication organisationnelle utilisant les médias socionumériques pouvaient être caractérisés notamment par la combinaison de quatre affordances, soit la visibilité, la persistance, la modifiabilité et le fait d'associer du contenu partagé sur ces plateformes. Par exemple, les affordances de la visibilité et de la persistance de l'information permettent au groupe d'organiser leurs interactions puisqu'ils peuvent les retrouver facilement. L'implication de cette possibilité pour la transformation du contexte de communication en groupe sur les médias socionumériques consiste en la capacité de retrouver un échange dans l'environnement numérique du groupe et d'effectuer une rétroaction sur leurs interprétations de cet échange, ce qui comme nous l'avons abordé plutôt contribue à la création d'une conscience collective et d'un cadre de référence technologique commun pour le groupe. Nous expliquerons dans le prochain chapitre le cadre méthodologique de notre recherche, mais avant, maintenant que nous avons établi notre cadre conceptuel, nous pouvons spécifier nos interrogations initiales.

Tout d'abord, étant donné que la visibilité, la volonté, l'action explicite et l'irrévocabilité sont les propriétés de l'engagement au sein d'un groupe et que les médias socionumériques peuvent rendre la communication visible, explicite et irrévocable, nous voulons comprendre comment se met en œuvre le processus de construction de sens (*sensemaking*) dans un groupe privé interagissant uniquement sur les médias socionumériques pour réduire l'équivoque induite par les cadres de références technologiques respectifs de ses membres. En d'autres mots, comment les individus d'un groupe arrivent-ils à faire sens collectivement des affordances présentes dans un groupe privé sur Facebook pour organiser leurs communications ?

Ensuite, nous avons mentionné que les médias socionumériques avaient tendance à produire des liens sociaux faibles en grande quantité, que l'interaction en ligne semblait modifier négativement

le rapport socioaffectif entre les membres d'un groupe et que ce sont les interactions attentionnées qui permettent la création d'une conscience collective au sein d'un groupe, dans ces circonstances, quelles combinaisons d'affordances contribueraient à l'augmentation d'interactions attentionnées entre les membres d'un groupe privé interagissant uniquement sur les médias socionumériques ?

Finalement, pour analyser les façons dont les membres d'un groupe mobilisent les propriétés novatrices de communication des médias socionumériques pour mettre en œuvre un cadre de référence collectif sur la façon d'y communiquer dans un groupe privé, nous devons nous appuyer sur une situation particulière de communication en groupe dans ce contexte de communication. Puisque nous croyons que ce contexte de communication serait propice à résoudre des enjeux spécifiques à l'organisation d'une assemblée délibérante comme mentionné dans notre problématique et que nous avons besoin d'un cadre connu hors ligne à transposer au contexte en ligne pour favoriser la mise en œuvre de cette situation de communication, nous souhaiterions comprendre comment pourrions-nous tenir compte de la transformation spatiotemporelle de la communication en groupe permise par les interactions sur les médias socionumériques et le concept d'affordance pour créer un guide de procédure d'assemblée délibérante en ligne ?

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

Cette recherche avec enquête s'inscrit dans une épistémologie constructiviste. Nous l'abordons à partir d'une approche interprétative par contextualisation qui se veut exploratoire. Par cette recherche, nous souhaitons comprendre la façon dont la communication en groupe s'organise lorsqu'elle est médiée par les médias socionumériques. Notre questionnement principal concerne particulièrement la négociation des différents cadres de référence technologique entre les membres d'un groupe et la façon dont ceux-ci pourraient utiliser les affordances de la plateforme pour organiser une assemblée délibérante. Nous souhaitons analyser le processus de construction de sens comme décrit par Weick. Nous comptons donc mobiliser une méthodologie qualitative pour y arriver. L'opérationnalisation de notre recherche s'effectuera à partir des interactions se déroulant au sein de nouveaux groupes privés sur *Facebook* que nous rassemblerons pour l'expérience. Nous pourrons ainsi utiliser une combinaison de techniques de collecte de données associées à l'ethnographie du numérique permettant d'effectuer une triangulation méthodologique, soit l'observation participante, le journal de bord et la visite commentée à partir d'entrevues sur traces numériques, ce qui nous permettra d'obtenir et de croiser les informations nécessaires à notre analyse.

3.1 Justification du paradigme constructiviste

Nous avons choisi le paradigme constructiviste puisqu'il est tout à fait adapté à notre recherche. Nos travaux cherchent à faire sens de la réalité de la communication en groupe et le sens, selon A. Mucchielli (2005, p. 37), « naît toujours d'une confrontation d'un phénomène remarqué à des éléments dits " contextuels " dans lesquels il « ne peut pas ne pas prendre sa place ». Il explique que :

> l'approche constructiviste va permettre d'appréhender avec plus de précisions les phénomènes de genèse du sens, car cette démarche exige une implication forte du chercheur sur le terrain, un travail permanent sur les concepts utilisés et des allers-retours incessants terrain-formalisation (Mucchielli, 2005, p. 95).

Pour ce faire, notre méthodologie doit respecter les quatre principes fondamentaux du constructivisme, tels que décrits par A. Mucchielli (2005), soit le principe téléologique, celui d'expérimentation, celui de connaissance par l'interaction et celui de récursivité. A. Mucchielli (Mucchielli, 2005, p. 101) décrit le principe téléologique comme « la capacité de l'esprit humain connaissant à élaborer des fins (telos), en référence auxquelles fins s'exercera ensuite la raison (la faculté de juger) ». Le principe de l'expérimentation de la connaissance implique que le savoir se définit dans l'action, que c'est de façon empirique que l'on peut connaître le réel, alors que le principe de la connaissance par l'interaction stipule que « le sujet ne connaît pas de « choses en soi », mais [qu'] il connaît l'acte par lequel il perçoit l'interaction entre les choses » (Mucchielli, 2005., p. 103). Enfin, le principe de la récursivité de la connaissance signifie que la connaissance se construit à mesure qu'elle se dévoile. Elle « est à la fois le processus et le résultat » (Mucchielli, 2005, p. 104).

Ayant choisi d'effectuer notre recherche à partir du paradigme constructiviste, nous mobiliserons donc une méthodologie qualitative, généralement favorisée dans cette perspective, pour collecter et analyser nos données. Dubois et Ford (2015) mentionnent que les méthodes qualitatives permettent de comprendre de quelles façons et pour quelles raisons un phénomène se produit dans un environnement particulier. Latzko-Toth, Bonneau et Millette (2020) précisent que les méthodes qualitatives sont une façon de recueillir des données riches et denses, ce qui contribue comme nous l'avons expliqué dans notre cadre conceptuel à saisir le sens d'une situation et à explorer une pratique de communication. Le défi méthodologique concernant l'étude des médias socionumériques se situe dans la complexité que manifeste cette nouvelle technologie et dans la quantité importante d'interactions à collecter et à analyser. Si nous souhaitons explorer une situation particulière de communication comme c'est le cas pour notre recherche, il faut donc restreindre au maximum le phénomène étudié à un groupe limité d'utilisateurs sur une courte période significative afin qu'il soit réaliste de codifier manuellement les données (Latzko-Toth, Bonneau et Millette, 2020). Cependant, en procédant ainsi, l'ensemble de données n'offre pas une

représentativité suffisante sur le plan statistique pour extrapoler nos découvertes à d'autres situations semblables. Savoie-Zajc (2019, p. 33) mentionne que bien qu'une recherche qualitative ne puisse pas « s'appuyer sur les critères de validation de la recherche positiviste », il existe quatre critères pour s'assurer de la rigueur d'une démarche interprétative, soit la crédibilité, la fiabilité, la transférabilité et la confirmation. Latzko-Toth, Bonneau et Millette (2020, p. 186) affirment de leur côté que le but de la démarche est de « produire une représentation exhaustive d'un phénomène situé et complexe » afin de se baser sur « une compréhension en profondeur du terrain plutôt que sur une représentativité en surface » (p. 183-184). Pour ce faire, ils proposent une démarche en trois étapes dans le but de densifier et d'enrichir les données à collecter. Leur modèle s'inscrit parfaitement dans un paradigme interprétatif/constructiviste puisqu'il conserve le contexte de la situation tout en décrivant précisément ses composantes et offre une occasion aux participants de partager leurs propres impressions de ce qui s'est déroulé (Latzko-Toth, Bonneau et Millette, 2020). Ils ajoutent que « la densification se produit lorsque des liens s'établissent entre plusieurs sources de données, permettant une appréhension complexe d'un phénomène » (p. 192). Les trois étapes proposées sont la contextualisation, la description et la signification. Nous développerons, dans la prochaine section de ce chapitre, les techniques de collecte de données relatives à chacune de ces étapes afin d'effectuer la triangulation méthodologique nécessaire à notre analyse. Notre intérêt pour ces démarches vient du fait qu'elles sont relationnelles et qu'elles utilisent les propriétés du dispositif sur lequel se déroule la communication en groupe pour rendre compte de son organisation. En travaillant à partir de traces numériques contextualisées, nous pouvons aussi réduire les enjeux reliés à la mémoire des participants puisque l'interaction demeure saillante dans sa forme d'origine sur la plateforme. Nous ne devons donc pas nous appuyer sur un vague souvenir du chercheur ou des participants pour recréer des aspects précis des échanges (Latzko-Toth, Bonneau et Millette, 2020). Puisque les données ne sont jamais neutres et qu'un chercheur peut apposer certains biais dans son interprétation de celles-ci, il devient intéressant d'impliquer les participants pour affiner notre compréhension de la situation qu'ils ont vécue.

Pour réussir notre expérimentation et collecter ainsi nos données dans un contexte pertinent, nous devons créer des conditions réelles pour que la communication en groupe puisse émerger et que le processus de construction de sens se mettre en œuvre. En comprenant comment se déroule la négociation du cadre de référence technologique entre les membres d'un groupe et comment ceux-

ci font sens des affordances utilisées, notre recherche vise, comme le soutien Goffman (2020), à outiller les participants afin qu'ils puissent utiliser leur expérience pour transformer les pratiques de leur organisation grâce à l'expérimentation d'une nouvelle façon d'organiser leur communication à partir des médias socionumériques et des connaissances récentes à ce sujet. Lors de notre expérimentation, nous avons choisi de faire travailler les membres de nos groupes sur la création d'un guide d'animation d'une assemblée délibérante inspiré du Code Morin. Ils auront ainsi accès à un référent existant pertinent qu'ils pourront mettre en œuvre dans ce nouvel environnement numérique et s'appuyer sur ce cadre de référence préexistant pour explorer la façon de mobiliser les affordances du groupe privé en ligne dans ce contexte d'utilisation, ce qui les aidera à faire sens de leur expérience respective. Cette situation de travail sera le contexte dans lequel nous rassemblerons les participants de notre expérimentation. Elle deviendra le contexte dans lequel chaque membre du groupe devra appréhender l'environnement technique et négocier les interprétations découlant de son utilisation pour atteindre l'objectif entendu au préalable. Nous avons choisi la création d'un guide d'animation d'une assemblée délibérante puisque, comme mentionné précédemment, nous croyons que les médias socionumériques pourraient proposer une nouvelle forme d'organisation de ce type de rencontre afin de dépasser les limites imposées par le contexte physique et temporel. Nous sommes cependant conscients que cet environnement numérique pourrait contenir ses propres enjeux vis-à-vis du déroulement d'une assemblée délibérante. Cette équivoque ainsi induite devra être interprétée et partagée par les membres du groupe pour réussir à réaliser l'objectif de l'expérimentation, ce qui créera les conditions requises pour analyser le fait communicationnel recherché. Nous souhaitons par le fait même impliquer les participants de notre recherche dans la collecte de données et la réflexion sur leur pratique d'organisation de la communication en groupe pour co-construire avec le chercheur le sens de leurs interactions. Il est important cependant de prendre en considération que « le problème de recherche, ses objectifs et les méthodes retenues émergent souvent du processus lui-même. Ils ne peuvent donc être définitifs puisque l'impact des actions posées ne peut être connu à l'avance » (Dolbec, 2009, p. 529). Le chercheur devra donc pouvoir adapter son devis de recherche à la situation s'il en perçoit la nécessité.

3.2 Les techniques de collecte de données en contexte numérique

Le contexte dans le cadre de notre recherche est particulier puisqu'il est produit à la fois par une infrastructure technologique qui organise les interactions et par le réseau de relations qui compose la communication en groupe. En raison de la configuration des médias socionumériques, les échanges laissent des traces persistantes sur l'infrastructure technologique utilisée que l'on peut consulter en direct ou a posteriori. Ces traces sont variées. Elles peuvent être du texte, des *émoticons*, des réactions de type « J'aime », des images ou des vidéos par exemple. À ce sujet, Millerand, Myles et Proulx affirment que « l'accès à un vaste éventail d'activités sociales en ligne offre de nouvelles occasions de recherche et des données originales pour appréhender des phénomènes sociaux inédits ou méconnus » (Millette et al., 2020, p. 25). Ils mentionnent aussi que la recherche sur les médias socionumériques offre au chercheur de nouveaux angles d'approches des phénomènes puisque celui-ci peut être présent tout en observant un phénomène sans que cette présence n'interfère sur ledit phénomène. Sur le plan éthique, il est essentiel que les participants soient mis au courant de la présence du chercheur dans leur environnement de communication. Cependant, puisque chacun des individus observés interagit au moyen d'un ordinateur ou d'un téléphone intelligent qui effectue la médiation de leur communication envers le groupe, la présence du chercheur ne sera pas ressentie au moment de l'interaction ce qui offre un cadre d'observation plus naturel. L'on peut donc utiliser des techniques provenant de l'ethnographie pour rendre compte de ce qui se passe en ligne puisque comme le mentionnent ces auteurs : « l'ethnographie en ligne reste un élément clé du dispositif d'enquête pour comprendre les pratiques et les motivations derrière les usages » (Millette et al., 2020, p. 36). En effet, bien que l'ethnographie se soit développée majoritairement lors d'études scientifiques en anthropologie avant l'apparition de l'ordinateur, les chercheurs contemporains des dernières décennies ont adapté ses fondements à l'interaction humaine avec les nouvelles technologies de communication comme les médias socionumériques (Geiger et Ribes, 2011). Il est justifié de procéder ainsi particulièrement pour l'analyse de la communication en groupe en ligne puisque, comme le mentionne Hine, « l'ethnographie en ligne a certainement une contribution essentielle à apporter, notamment en ce qui a trait à la dynamique des relations personnelles et aux pratiques contemporaines de construction de sens et de l'identité » (Millette et al., 2020, p. 96).

Nous avons choisi de nous concentrer exclusivement sur un seul média socionumérique pour conduire notre recherche, soit *Facebook*, plutôt que d'utiliser différentes plateformes. Ce choix vise à simplifier l'opérationnalisation de notre recherche et le recrutement de participants tout en contenant les interactions des groupes participants que nous assemblerons pour notre recherche. De plus, étant donné que notre recherche se veut exploratoire et non comparative, nous pourrons approfondir davantage le phénomène qui s'y déroule plutôt que de chercher à comprendre les différences entre les dispositifs. Nous considérons *Facebook* comme le média socionumérique le plus populaire et le plus représentatif des fonctionnalités pouvant être utilisées dans le cadre de la communication en groupe sur ce type de plateforme. Comme nous l'avons mentionné dans le chapitre de la problématique, les dirigeants de cette plateforme ont orienté son développement afin que *Facebook* puisse permettre davantage un contexte d'interaction de type échange de salon plutôt que de type échange sur la place publique. Nous pouvons donc y créer des groupes privés restreints aux seuls participants de notre recherche et y contenir exclusivement les échanges entre eux. De plus, l'utilisation de cette plateforme favorisera le recrutement des participants en raison de sa popularité, comme nous l'avons présenté précédemment, et de la gratuité de l'ensemble de ses fonctionnalités ce qui n'est pas le cas d'autres médias socionumériques, tels que *Slack* ou *Teams*. Le fait que *Facebook* existe depuis 2004 et que ses utilisateurs se connectent massivement de façon quotidienne, nous indique l'importance de son appropriation dans la population en général, ce qui simplifiera aussi notre recherche de participants connaissant déjà le mode de fonctionnement des interactions qui s'y déroulent. Nous n'aurons donc pas à expliquer les différentes fonctionnalités à nos participants, ce qui nous évitera d'induire notre cadre de référence technologique sur ceux-ci. L'agencement des groupes et des échanges peut être varié, ce qui offre un éventail plus large de possibilités pour les interactions en groupe. Enfin, *Facebook* permet de conserver les interactions au sein de ses groupes privés et de les retrouver facilement au-delà du moment de leur création tout comme les échanges privés ce qui sera utile pour effectuer nos techniques de collecte de données.

Justement, les techniques que nous utiliserons pour collecter nos données seront l'observation participante, le journal de bord et la visite commentée à partir d'entrevues sur traces numériques. Ces techniques permettent de « relever les significations que les personnes accordent à leurs actions [et] de co-construire des savoirs » avec les participants (Millette et al., 2020, p. 106). Elles permettent aussi de bien contextualiser une situation, car « les traces numériques ne peuvent pas

nous permettre, à elles seules, de saisir la complexité du contexte social et de comprendre « l'ensemble de l'activité d'un individu » (Ouakrat et Mésengeau, 2016 cités dans Millette et al., p. 133).

3.2.1 L'observation participante

La première technique de collecte de données, l'observation participante, consiste pour le chercheur à faire partie intégrale du groupe afin de pouvoir rendre compte de sa dynamique d'un point de vue interne. L'immersion est la meilleure position pour comprendre les subtilités dans les interactions entre les membres du groupe (Laszczuk et Garreau, 2018). Comme nous l'avons vu précédemment, le contexte sur les médias socionumériques favorise l'observation participante puisque le chercheur peut accéder en différé au contenu des échanges sans que les membres s'en aperçoivent ce qui évite d'intervenir au niveau de la dynamique relationnelle. Puisque les échanges dans le groupe sont conservés, il peut aussi y revenir au moment qui lui convient. Bien entendu, chaque participant aura consenti à cette observation de la part du chercheur et pourra se retirer de la plateforme à tout moment. Concernant sa participation au groupe, le chercheur devra s'assurer de respecter les impératifs scientifiques propres à cette technique. Tout d'abord, il devra être vigilant pour ne pas s'impliquer dans le contenu et la procédure d'échanges entre les participants. Le rôle de chercheur dans une logique d'observation participante nécessite de stimuler au départ les interactions des membres du groupe tout en s'effaçant peu à peu pour laisser place au leadership interne du groupe d'émerger. En effet, A. Mucchielli (2005) affirme qu'un chercheur qui intervient trop souvent réduit la participation collective puisque les participants développent l'habitude de s'adresser à lui plutôt qu'aux autres membres du groupe ce qui limite les interactions que l'on souhaite observer. Avant le début de la recherche, le chercheur devra au préalable informer les participants de son rôle et des orientations de ses interventions pour éviter de créer des attentes inadéquates chez les participants concernant la réalisation du projet. Il devra aussi éviter de s'impliquer émotivement en intervenant sur les conflits internes entre les membres des groupes constitués, s'il en survient, puisque ceux-ci doivent être gérés par les membres afin que les phases de développement du groupe puissent évoluer naturellement. R. Mucchielli (1967), pour sa part, spécifie l'importance pour l'animateur d'être vigilant sur cinq aspects de sa participation dans le groupe soit, ses propres attitudes, les personnes dans le groupe, la dynamique du groupe, les

objectifs du travail et les conditions de réunion. La réflexivité du chercheur est aussi un aspect important pour éviter de se projeter sur le groupe et d'avoir des biais cognitifs vis-à-vis de la dynamique du groupe. S'il constate que la participation dans le groupe devient stagnante ou que certains participants ne sont pas intervenus dans les échanges durant une semaine, il pourra communiquer individuellement avec les participants pour s'enquérir de leur intérêt à poursuivre leur participation à la recherche. De cette façon, le chercheur n'interviendra pas directement dans le groupe pour stimuler les échanges, mais il aura tout de même un moyen de comprendre l'état de la participation de chacun des membres pour s'assurer du bon déroulement de la recherche. Si un participant souhaite quitter la recherche, le chercheur effectuera une entrevue de sortie avec lui pour comprendre ses motivations et son vécu afin de l'intégrer au processus d'analyse.

3.2.2 Le journal de bord

La deuxième technique de collecte de données consiste à l'écriture d'un journal de bord. Il s'agit d'un instrument permettant d'enrichir la description des événements en continu en établissant des relations entre les données collectées via l'observation participante et la théorie à ce sujet (Baribeau, 2005). Nous privilégions le type de journal de travail sur le terrain puisque le chercheur pourra ainsi noter ses impressions sur les interactions et les phénomènes d'organisation de la communication du groupe au fur et à mesure que ceux-ci se déroulent (Baribeau, 2005). Il s'agit aussi d'un moyen pour le chercheur pour développer sa réflexivité sur sa pratique de recherche puisque comme le mentionne Valeau et Gardody (201, p. 80) : « le journal de bord doit ainsi permettre un travail réflexif pendant la recherche; il fournit au chercheur un lieu pour exprimer ses interrogations, ses prises de conscience, et consigner des informations qu'il juge importantes ». De cette façon, le chercheur peut prendre une certaine distance de ses observations pour identifier ses biais cognitifs dans le traitement de l'information. Il pourra ainsi rendre compte de son vécu tout en conservant un déroulement pour identifier les moments significatifs afin de préparer la visite commentée par les entrevues sur traces numériques. Baribeau (2005, p. 110) explique qu'en procédant ainsi « le chercheur s'assure de la validité interne du processus en termes de crédibilité et corroboration ». Dans le cas d'une recherche sur les médias socionumériques où une quantité importante de traces sont consignées, le journal de bord à l'avantage de circonscrire l'attention du chercheur sur celles qui contribuent davantage à la construction de sens pour les participants en

identifiant les moments clés et en triant ceux qui ne semblent pas avoir une importance aussi grande à ce sujet. Le journal de bord s'inscrit donc en adéquation avec le processus de *sensemaking* que nous mobilisons pour analyser nos données collectées comme le soulignent Laszczuk et Garreau (2018, p. 7) : « L'idée est alors d'utiliser le journal de bord comme artefact permettant de générer, de contrôler, et de consigner ce processus de construction de sens afin de pouvoir mieux élaborer le modèle de fonctionnement du système étudié ». C'est donc à partir des constats inscrits dans son journal de bord que le chercheur pourra créer les questions à adresser aux participants lors des entrevues sur traces numériques.

3.2.3 La visite commentée à partir d'entrevues sur traces numériques

L'observation participante et le journal de bord ne peuvent à eux seuls rendre compte de l'ensemble du processus de la communication en groupe sur les médias socionumériques. Nous utiliserons donc comme troisième technique de collecte de données, la visite commentée à partir d'entrevues sur traces numériques avec les participants, afin de valider les impressions du chercheur auprès de ceux-ci. Pour ce faire, Dubois et Ford (2005) proposent que le chercheur identifie dans un premier temps les traces les plus pertinentes pour approfondir son analyse et qu'il les consigne dans un document à partir d'une impression d'image. Il présentera dans un deuxième temps ces traces aux participants lors d'entrevues semi-dirigées pour obtenir leurs impressions sur celles-ci. On comprend les traces numériques comme l'ensemble des interactions entre les membres d'un groupe sur la plateforme utilisée, soit les publications, les commentaires sur celles-ci, les utilisations du bouton de réaction « J'aime », les *émoticons*, les *GIF*, les vidéos et, etc. Les participants seront questionnés sur ce qui les a amenés à interagir d'une certaine façon sur la plateforme, sur leur perception des interactions des autres participants et sur ce qu'ils vivaient au moment d'effectuer l'interaction (Gallant et al., 2020). Cette technique de collecte de données est rendue possible puisque, comme nous l'avons décrit, les médias socionumériques favorisent la persistance de l'information sur leur plateforme. En effet, comme le décrivent Geiger et Ribes (2011, p. 4) : « These systems keep timestamped back-up copies as well as a record of who authored the revision and often other important metadata ». Il s'agit d'une technique visant à densifier la compréhension du chercheur du matériel collecté en ajoutant une couche de contexte à ses observations et ses impressions, ce qui permet d'éviter les généralisations réductrices (Gallant et al.,

2020; Geiger et Ribes, 2011). Cette technique est adaptée à notre cadre conceptuel puisque, comme nous l'avons mentionné précédemment, les données riches et denses sont nécessaires pour la construction de sens (Weick, 2001). L'objectif de cette technique est décrit par Dubois et Ford (2015, p. 2071) en ces termes : « trace data are used by computer scientists and ethnographers alike to uncover patterns of information sharing and interaction ». Gallant et al. (2020, p. 200) estiment qu'elle permet de « générer une typologie des utilisations ». Elle peut ainsi surmonter les enjeux de biais rapporté dans le souvenir des participants (Dubois et Ford, 2015). Gallant et al. (2020) ajoutent qu'il s'agit d'une relation tripartite comprenant le chercheur, les participants et les traces elles-mêmes offrant une meilleure compréhension du vécu du participant au moment de l'interaction. Puisque le processus de construction de sens ne peut se faire qu'en rétrospective en justifiant les actions effectuées, la visite commentée à partir d'entrevues sur traces numériques donne l'occasion au chercheur de comprendre le processus cognitif des participants dans leur construction d'un cadre de référence technologique commun au fur et à mesure de leurs interactions. Pour ces raisons, cette technique de collecte de données est particulièrement appropriée pour une approche interprétative. Le chercheur doit cependant s'assurer de bien planifier son processus d'entrevue en présentant les traces au bon moment (Dubois et Ford, 2015). L'entrevue pour sa part est définie comme :

> […] une interaction verbale entre des personnes qui s'engagent volontairement dans pareille relation afin de partager un savoir d'expertise, et ce, pour mieux dégager conjointement une compréhension d'un phénomène d'intérêt pour les personnes en présence (Savoie-Zajc, 2009 p. 295).

Cette technique s'applique très bien à un paradigme constructiviste puisqu'elle s'appuie sur trois postulats, soit que l'entrevue est une unité de sens qui « s'insère dans un contexte normatif très dense et qui est teinté par les choix sémantiques et syntaxiques des interlocuteurs » (Savoie-Zajc, 2009, p. 297), qu'elle prend aussi en compte la perspective de l'autre comme ayant un sens et qu'elle considère que la nature de la réalité est hautement situationnelle et conditionnelle.

L'utilisation de cette technique à l'avantage de donner un accès direct à l'expérience des individus et de créer un sens négocié entre le chercheur et l'interviewé. L'objectif de l'utilisation de cette technique sera donc de rendre explicite l'univers de l'autre et de comprendre son monde. Pour ce

faire, nous produirons un schéma d'entrevue suffisamment souple pour nous donner de la flexibilité lors des échanges avec les interviewés. Les questions seront courtes, neutres et concrètes. Les entrevues se dérouleront via la plateforme *Zoom* et seront enregistrées afin de pouvoir produire leur verbatim. La visite commentée à partir d'entrevues sur traces numériques permet donc de dépasser les limites de l'ethnographie classique puisque les observations du chercheur ne peuvent pas nécessairement être enregistrées comme il est possible de le faire sur les médias socionumériques, ce qui empêche un retour direct sur l'expérience des participants. Gallant et al. (2020) nous mettent en garde que cette technique ne peut rendre compte que des interactions actives effectuées sur la plateforme dans son environnement public. En effet, le chercheur n'aura pas accès par ce moyen à l'expérience passive des participants, soit l'observation des interactions sur la plateforme sans y prendre part, ou aux échanges effectués sur la messagerie privée des participants. Le chercheur devra donc ajouter dans le protocole d'entrevue une section pour saisir la contribution de ces possibilités au processus de construction de sens des participants. Il est aussi important de considérer la taille de l'échantillon et la capacité du chercheur à gérer la quantité de données recueillies pour effectuer son analyse (Latzko-Toth, Bonneau et Millette, 2020). Nous aborderons cet aspect dans la prochaine section de ce chapitre.

3.3 L'opérationnalisation de la recherche

Maintenant que nous avons posé et justifié notre démarche méthodologique et les techniques de collecte de données que nous utiliserons, nous aborderons la façon dont nous avons procédé pour mener à terme notre expérimentation. Nous souhaitions au départ inviter 14 membres de conseils d'administration distincts afin de créer deux nouveaux groupes composés de sept personnes. L'objectif étant de former de nouvelles dynamiques relationnelles pour voir émerger la mise en œuvre et la négociation des cadres de référence technologiques respectifs des participants sans que celle-ci ne soit influencée par un autre contexte de communication en dehors de *Facebook*. Le recrutement s'est effectué de la fin février 2022 jusqu'à la mi-mai 2022. Il fut complexe de trouver des volontaires souhaitant s'investir dans cette expérimentation. Au total, 25 applications furent reçues, cependant 11 d'entre elles se sont retirées lorsqu'ils ont eu davantage d'information sur l'engagement requis, dont deux alors que les groupes avaient débuté leurs travaux.

Pour procéder au recrutement de nos participants, nous avons tout d'abord sollicité notre réseau présent sur les médias socionumériques, soit 4 372 abonnées sur *LinkedIn* et 2 200 abonnés sur *Facebook*. Parallèlement, pour éviter que les participants proviennent uniquement de notre réseau personnel, nous avons sollicité des organisations à but non lucratif possédant un vaste réseau sur l'ensemble du territoire québécois avec lesquelles nous avons développé des liens professionnels lors d'emplois précédents. Les réseaux sollicités pour faire la promotion de notre recrutement de participants pour notre recherche furent : le Regroupement des jeunes chambres de commerce du Québec (RJCCQ), Concertation Montréal, la Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ), Espace OBNL et le Comité sectoriel de main-d'œuvre en économie sociale et action communautaire (CSMO ÉSAC). Nous avons choisi le RJCCQ puisqu'ils ont un programme pour les administrateurs de la relève. Nous avons ciblé Concertation Montréal puisqu'ils ont plusieurs initiatives pour renforcer la participation citoyenne aux conseils d'administration d'organisme de Montréal. Nous avons ciblé la FCCQ puisque les membres de leur réseau de 130 chambres de commerce opèrent tous un conseil d'administration. Nous avons pensé à Espace OBNL puisque leur mission est de soutenir le développement des organismes à but non lucratif du Québec. Enfin, nous interpellerons le CSMO ÉSAC étant donné que l'ensemble de leurs membres sont des organismes à but non lucratif. Les organismes à but non lucratif doivent par la loi être composés d'un conseil d'administration et tenir au minimum une assemblée générale par année. Pour signifier leur intérêt à participer à cette recherche, un formulaire de recrutement devait être rempli par les participants potentiels. Ce formulaire a permis la collecte des informations nominales et démographiques des participants en plus d'évaluer leur niveau d'aisance avec *Facebook* et concernant l'organisation d'une assemblée délibérante. Notre objectif était de pouvoir obtenir des informations nous permettant de sélectionner un ensemble diversifié de participants et utiliser ces informations pour effectuer des regroupements lors de notre analyse.

Ainsi, nous avions l'impression d'avoir une quantité suffisante de participants potentiels, à partir de l'ensemble de ces bassins de participants potentiels vivant la réalité d'un conseil d'administration et de l'organisation d'une assemblée délibérante, pour réussir à recruter nos 14 explorateurs numériques. Cependant, après quelques semaines de recrutement, nous avions reçu seulement un nombre limité de volontaires, ce qui ne nous permettait pas de lancer nos groupes d'expérimentation. Nous avons dû modifier notre approche en retirant certaines contraintes du

profil des participants recherchés, soit celui de ne pas connaître personnellement le chercheur et celui d'être un membre actif d'un conseil d'administration puisque certains volontaires déjà inscrits et intéressés à participer ne possédaient pas ce profil. Le fait que nous n'avions pas de budget pour offrir une compensation financière fut clairement un obstacle pour trouver des professionnels puisque notre public a habituellement un agenda bien rempli, notamment en raison de leurs responsabilités vis-à-vis de leur conseil d'administration et leurs membres. Cependant, nous ne voulions pas que l'objectif des participants soit celui de faire de l'argent, car cet intérêt aurait pu fausser l'authenticité du processus. Nous avons donc décidé d'offrir aux participants potentiels de former les membres de leur organisation sur les résultats de notre recherche comme rétribution pour leur participation. Comme nous souhaitions débuter les expérimentations avant la période des vacances estivales, nous avons fait un appel à tous plus large, ce qui a porté ses fruits.

Nous avons donc séparé 14 participants en deux groupes de sept personnes dans un groupe privé de *Facebook.* Nous avons choisi cette taille de groupe, car selon R. Mucchielli (1967), la pratique montre que la composition idéale des groupes se situe entre six et huit membres, puisque de cette façon : « il y a le meilleur équilibre possible entre le dynamisme du groupe, le temps de production, et la richesse de cette production qui devient alors véritablement collective » (Mucchielli, 1967, p. 86). Nous avons appuyé notre réflexion à ce sujet à partir d'un contexte hors ligne, car nous n'avons pas trouvé dans la littérature actuelle d'indication sur la taille idéale d'un groupe de travail dans un contexte en ligne. Il était essentiel que les membres des nouveaux groupes ainsi formés possèdent un compte *Facebook* et ne se connaissent pas en dehors du contexte d'expérimentation pour ne pas interférer dans la démarche de création du groupe. Nous avons assuré l'exécution de ce critère en partageant aux participants sélectionnés la liste des membres de leur groupe et en leur demandant de divulguer s'ils interagissent déjà avec certains d'entre eux de façon plus ou moins régulière. L'important ici était de s'assurer qu'il n'existait pas déjà une dynamique hors ligne entre les participants pour éviter que celle-ci n'interfère dans le processus de construction de sens. Le groupe A a donc été formé le 1er juin 2022 et le groupe B le 14 juin 2022. Une invitation par courriel fut envoyée à tous les membres inscrits avec le lien web pour accéder à leur groupe pour débuter l'expérimentation. Cette méthode a provoqué une erreur pour le groupe B puisque le lien menant au groupe A était demeuré dans l'invitation des membres du groupe B. Nous avons immédiatement

remédié à la situation en redirigeant les gens inscrits dans le groupe B vers le groupe privé *Facebook* adéquat.

Une fois les groupes constitués, nous avons effectué une publication sur chacun des ceux-ci afin de les informer du livrable attendu, soit de produire un guide de procédure pour animer une assemblée délibérante se déroulant exclusivement sur *Facebook*. Pour ce faire, nous avons proposé un délai de 35 jours aux groupes avec la possibilité de le reconduire pour 35 jours supplémentaires s'ils le souhaitaient. Nous avons procédé ainsi afin que les groupes travaillent à réfléchir au processus d'organisation de la communication en groupe à partir des affordances que permet le dispositif, notamment dans un mode de communication asynchrone. Comme mentionné précédemment, puisque les relations prennent davantage de temps à s'établir sur les médias socionumériques, nous considérons que le délai proposé permet au groupe d'avoir suffisamment de temps pour que la production du livrable soit réaliste, mais un délai suffisamment resserré pour qu'ils ressentent une certaine urgence à produire le livrable afin d'éviter que l'expérimentation ne soit oubliée. Nous avions l'intuition qu'en travaillant à découvrir les façons d'organiser les échanges d'un grand groupe à distance au moyen de *Facebook*, les participants pourraient explorer davantage les fonctionnalités de la plateforme, ce qui les amènerait à organiser eux-mêmes la communication de leur groupe. Pour les aider dans leur démarche, nous avons partagé un résumé du Code Morin afin qu'ils puissent avoir un document de référence duquel s'inspirer. Nous avons aussi demandé à nos participants de concentrer leurs actions uniquement sur les fonctionnalités disponibles dans le groupe privé sur *Facebook* afin d'y concentrer les interactions pour réaliser notre observation, mais aussi pour éviter que les participants ne mobilisent des moyens qui ne correspondent pas aux médias socionumériques, ce qui aurait biaisé l'objet de notre recherche.

Ce contexte de production d'un guide d'assemblée délibérante sur *Facebook* a nécessité des décisions collectives pour normaliser les pratiques des membres et se séparer les tâches du livrable. Cette situation a orienté le groupe pour qu'ils négocient leur cadre de référence technologique respectif. Nous espérions que lorsque le groupe aurait produit son guide d'animation, ils pourraient l'appliquer dans leur propre organisation et ainsi bénéficier de leur participation à cette recherche pour suggérer une nouvelle façon de structurer la communication au sein de leur propre conseil d'administration grâce aux médias socionumériques. Cependant, comme nous le décrirons lors de

notre analyse, la motivation de la majorité des participants n'était pas de cet ordre. Il était essentiel pour nous que les membres du groupe en ligne se sentent engagés au sein de la démarche afin de maintenir leur participation tout au long de la recherche puisque comme nous l'avons vu la construction de sens ne peut seulement se matérialiser que part l'engagement du comportement afin que celui-ci soit significatif pour l'individu. Nous avions l'impression que le fait de pouvoir obtenir une nouvelle forme de collaboration plus adaptée à la réalité des nouvelles technologies serait un incitatif suffisamment intéressant pour maintenir le niveau d'engagement des membres au fil du temps afin que les groupes puissent se développer suffisamment pour que l'on puisse observer la mise en œuvre de leur processus de construction de sens.

3.4 Description des méthodes et procédés d'analyse

En ce qui concerne les procédés d'analyse, rappelons dans un premier temps les questions générales et spécifiques de notre recherche. Nous souhaitons, tout d'abord, comprendre de quelles façons les membres d'un groupe peuvent mobiliser les propriétés novatrices de communication des médias socionumériques pour mettre en œuvre un cadre de référence collectif sur la façon d'y communiquer dans un groupe privé.

Pour ce faire, nous rappelons nos questionnements spécifiques :

- Comment les individus d'un groupe arrivent-ils à faire sens collectivement des affordances présentes dans un groupe privé sur *Facebook* pour organiser leurs communications ?
- Quelles combinaisons d'affordances contribueraient à l'augmentation d'interactions attentionnées entre les membres d'un groupe privé interagissant uniquement sur les médias socionumériques ?

Nous voulons aussi, à partir de cette recherche, comprendre comment les médias socionumériques pourraient servir à organiser des assemblées délibérantes. Notre interrogation à ce sujet se décrit plus spécifiquement en ces termes :

- Comment pourrions-nous tenir compte de la transformation spatiotemporelle de la communication en groupe permise par les interactions sur les médias socionumériques et le concept d'affordance pour créer un guide de procédure d'assemblée délibérante y ayant lieu ?

Comme mentionné précédemment, la seconde partie de notre réflexion fut le mandat de travail des groupes que nous avons formés. Nous avons conservé une question plus générale pour cette portion afin de ne pas orienter le processus de construction de sens des participants et pour voir émerger les affordances de leurs expériences à ce sujet. La production de deux guides d'animation indépendants nous aurait permis de constater les similarités et les distinctions entre les processus proposés par les participants de l'expérimentation. Cependant, au final, seulement l'un des deux groupes a réussi à réaliser son livrable dans le contexte de l'expérimentation.

Durant l'ensemble des expérimentations des deux groupes, nous avons compilé quotidiennement nos observations des échanges au sein de ceux-ci dans deux journaux de bord respectifs. Nous avions conçu initialement une grille d'observation constituée horizontalement des différentes étapes du processus de construction de sens et verticalement des différentes affordances mentionnées précédemment ou émergentes du processus d'organisation du groupe afin de répertorier les interactions pertinentes pour la suite de notre collecte de données, mais nous avons rapidement constaté que cette grille n'était pas adaptée au contexte de développement des groupes puisque ceux-ci ne produisaient que très peu de doubles interactions, soit l'unité de base que nous souhaitions observer pour expliquer le processus de construction de sens au sein des dynamiques de notre expérimentation. Nous avons donc orienté nos observations uniquement vers un compte-rendu de la façon dont les groupes mobilisaient les fonctionnalités présentes au sein du groupe *Facebook* que nous avons compilé dans nos journaux de bord. Nous avons pris le soin de mentionner les affordances mobilisées tel que nous l'avions réfléchi pour notre grille d'observation afin de décrire les phénomènes observés. L'objectif de notre analyse étant de déterminer la façon dont chacune des affordances pouvait contribuer au processus de construction de sens au sein du groupe par les participants.

Puisque nos observations ne sont qu'une interprétation de ce qui se déroule dans les groupes d'expérimentation, nous avons choisi de mettre en place une triangulation méthodologique en complétant avec des entrevues. Savoie-Zajc (2019) explique que la triangulation méthodologique est une tactique de recherche que l'on retrouve le plus fréquemment dans une démarche qualitative. Elle qui consiste à arriver à une saturation de données complémentaires à partir de la combinaison de différents modes de collecte de données, ce qui permet de corroborer les impressions du chercheur avec l'expérience du terrain et ainsi assurer la validité de l'analyse. L'objectif pour le chercheur est d'approfondir sa compréhension du contexte et de confirmer sa perception du phénomène étudié de façon intersubjective. Denzin mentionne justement à ce sujet : « *Triangulation* is the appropriate way of entering the circle of interpretation. The researcher is part of the interpretation » (Denzin, 2015, p. 2). Ainsi, les guides d'entretien furent composés de deux parties. La première plus générale et similaire pour tous les participants, visait à comprendre leur vécu, leurs impressions, leurs sentiments et leurs perceptions de l'expérimentation afin de faire ressortir la façon dont ils ont utilisé la plateforme *Facebook* pour réaliser leur tâche et négocier par la même occasion leur cadre de référence technologique. Elle a permis de mettre en lumière les interactions passives afin de comprendre leur implication dans le processus de construction de sens du groupe. La deuxième partie a consisté à présenter des images de différentes traces numériques laissées sur le dispositif par les participants afin de comprendre le contexte de ces interactions avec les autres membres du groupe. Pour ce faire, nous avons identifié dans nos journaux de bord les moments qui nous semblaient les plus significatifs dans le processus de construction de sens entre les membres des groupes ainsi que des interactions pertinentes nous permettant de contextualiser la démarche des participants et leurs perceptions de leurs relations avec les autres membres de leur groupe d'expérimentation. Nous avons identifié ces moments significatifs sur la base du nombre d'interactions ayant eu lieu entre les participants sous une publication, du nombre de réactions générées par une publication ainsi que l'implication de la publication ou du commentaire sur les actions subséquentes des membres du groupe ou sur la réalisation du livrable. Lors des entrevues de 60 minutes réalisées en visioconférence, nous avons proposé aux participants de revoir certaines publications et certains commentaires effectués durant leur période de production du livrable afin d'obtenir leurs impressions et leur perception de ce qui s'était déroulé. En effectuant ce procédé avec l'ensemble des participants au moyen des traces numériques, nous avons pu cerner les enjeux d'interprétations et plus particulièrement les formes d'équivoque induites par l'environnement de

communication proposé par *Facebook*, ce qui fut pertinent pour comprendre le processus de négociation de la façon d'utiliser les fonctionnalités disponibles entre les participants pour arriver à collaborer sur ce média socionumérique.

Notre corpus de textes pour l'analyse provenant de notre collecte de données, soit les verbatims de nos entrevues et la rédaction de nos journaux de bord furent composés de 343 pages contenant 151 480 mots. À noter qu'au moment de rédiger ces verbatims, l'intelligence artificielle ne permettait pas de transcrire en texte des enregistrements vidéo. Nous avons aussi ajouté à notre analyse le guide complété par notre groupe A afin de déterminer les éléments entendus au sein de ce groupe. Pour l'analyse de notre corpus de texte, nous avons repris les éléments de la grille d'observation que nous avions produite. Nous avons donc créé un chiffrier Excel dans lequel chacun des onglets faisait référence à un concept ou une affordance. Chaque onglet était organisé de la même façon, soit une première colonne pour les éléments relevés lors de notre analyse, quatorze colonnes subséquentes pour chacun des participants de notre recherche, deux colonnes pour chacun des journaux de bord, une colonne pour le nombre de récurrences de l'élément parmi les entrevues et les journaux de bord consultés et la dernière colonne pour ajouter des extraits d'entrevues ou de journaux de bord pour cibler des citations pertinentes pour soutenir notre analyse. Étant donné que le corpus de texte était vaste et que le sujet d'analyse était complexe, nous avons appliqué le processus de construction de sens pour trier nos données et les organiser. Nous avons donc dans un premier temps séparé l'ensemble de nos verbatims en différents fichiers *Word* selon chacun des concepts et des affordances ciblés. Une affirmation d'un participant pouvant adresser plusieurs concepts et affordances, le volume de notre corpus a donc augmenté à 1 128 pages contenant 460 166 mots. Lorsque cette première sélection fut effectuée, nous avons consulté l'ensemble des pages en cernant un concept ou une affordance à la fois et nous en avons retiré les éléments permettant de faire sens de la participation de notre population à l'expérimentation. Chaque fois qu'un élément était ajouté à notre grille *Excel*, nous ajoutions le chiffre 1 dans la colonne de la personne qui avait mentionné cet élément. Puis, lorsqu'une deuxième personne mentionnait un élément similaire, nous ajoutions le chiffre 1 sur la ligne de l'élément inscrit précédemment dans la colonne assignée à ce participant et ainsi de suite pour chacun des participants. Nous avons aussi procédé ainsi pour les éléments d'observation contenus dans nos journaux de bord. L'objectif étant de constater quantitativement la récurrence des éléments dans

les discours des participants et dans nos observations pour classer les éléments en ordre de priorité. Ce processus nous a permis d'identifier 479 éléments différents pour soutenir notre analyse. Nous avons donc pour chaque concept et chaque affordance classé ces éléments par quantité de récurrences dans les entrevues et les journaux de bord en triant de façon descendante les éléments.

Grâce au formulaire de recrutement, nous avons pu faire certains regroupements correspondant à la situation initiale des participants, notamment concernant leurs appréhensions quant à leur participation et leur propre cadre de référence technologique en les croisant avec leur niveau de participation. Nous avons procédé ainsi afin de pouvoir saisir l'état d'esprit des participants avant le début de la recherche puisque Weick (2001) explique que le cadre de référence individuel peut influencer le processus de construction de sens telle une prophétie autoréalisatrice. Nous avons aussi comptabilisé la participation de chacun des participants afin d'identifier le nombre de publications initiées, le nombre de commentaires ajoutés, le nombre de réactions ajoutées afin d'évaluer le niveau de contribution et pouvoir regrouper les participants par niveau de contribution. L'objectif était d'évaluer, selon leur réponse au formulaire de recrutement, des correspondances entre le niveau de participation, l'aisance à utiliser *Facebook*, l'aisance à organiser une assemblée délibérante, l'impression sur *Facebook* ainsi que la motivation à participer à la recherche. Nous avons par la suite ajouté une précision concernant les contributions des participants aux groupes d'expérimentation en séparant les interactions visant la collaboration de celles visant la coordination et en identifiant le nombre d'interactions attentionnées et de doubles interactions auxquelles chaque participant avait contribué. Une double interaction est comprise lorsque deux participants ou plus échangent au moins deux commentaires chacun sous une publication concernant un même sujet. Une interaction attentionnée fait référence à un commentaire sous une publication visant à signifier son soutien à un autre membre ou démontrant de la considération pour un autre membre. Une interaction visant la coordination est une communication ayant pour objectif d'organiser le travail du groupe, soit en identifiant un moment de rencontre ou un processus de répartition des tâches sans traiter explicitement du contenu pour la production du livrable alors qu'une interaction collaborative est comprise comme une communication visant à apporter son point de vue sur le contenu du livrable à produire pour l'enrichir de sa perception. Les tableaux subséquents présentent le résultat de cette classification des participants selon leurs attributs et leur participation.

Tableau 1 – Codification des participants

Groupe	Code	Âge	Aisance assemblée délibérante	Aisance avec Facebook	Impression de Facebook	Motivation	Niveau de contribution à la création de sens	Participation à des rencontres simultanées
A	A1	46	Aucune	Avancé	Complexe	Participer	Faible	Non
B	B5	27	Débutant	Expert	Complexe	Participer	Faible	Non
B	B1	26	Débutant	Avancé	Réticence	Aider	Faible	Oui
B	B2	40	Débutant	Avancé	Utile	Utiliser	Élevé	Oui
A	A6	45	Avancé	Avancé	Complexe	Utiliser	Élevé	Oui
B	B4	53	Avancé	Avancé	Complexe	Aider	Faible	Non
A	A7	26	Avancé	Expert	Utile	Utiliser	Modéré	Oui
B	B7	38	Débutant	Débutant	Utile	Participer	Modéré	Oui
B	B6	39	Débutant	Expert	Complexe	Participer	Modéré	Non
B	B3	45	Débutant	Avancé	Utile	Participer	Élevé	Oui
A	A3	38	Aucune	Avancé	Réticence	Apprendre	Faible	Oui
A	A4	36	Débutant	Débutant	Complexe	Apprendre	Faible	Oui
A	A5	45	Avancé	Avancé	Réticence	Utiliser	Faible	Non
A	A2	38	Débutant	Avancé	Réticence	Participer	Faible	Non

Tableau 2 – Codification des interactions

Groupe	Code	Nombre de publications initiées	Nombre de commentaires	Nombre de réactions	Nombre d'interactions collaboratives	Nombre d'interactions de coordination	Nombre d'interactions attentionnées	Nombre de doubles interactions
A	A1	1	6	15	1	3	2	1
B	B5	1	7	4	5	3	0	0
B	B1	3	17	12	4	7	5	2
B	B2	12	17	12	15	12	1	10
A	A6	12	25	2	16	6	3	8
B	B4	0	10	10	2	2	5	1
A	A7	1	21	11	7	8	6	3
B	B7	1	23	14	8	7	3	2
B	B6	0	15	14	7	3	1	4
B	B3	2	24	37	11	5	3	5
A	A3	2	3	1	0	3	0	
A	A4	1	6	1	6	2	0	1
A	A5	3	7	3	4	2	1	1
A	A2	1	16	8	4	4	8	1
		40	197	144	90	67	38	39

Ainsi, nous avons pu constater que les deux groupes ont généré un total de 40 publications, soit 21 dans le groupe A et 19 dans le groupe B. Concernant le nombre de commentaires ajoutés, 197 commentaires furent ajoutés par l'ensemble de nos participants, soit 84 pour le groupe A et 113

pour le groupe B. Au niveau des réactions, ce sont un total de 144 réactions ajoutées par nos participants aux publications et aux commentaires sur la plateforme, soit 41 pour le groupe A et 103 pour le groupe B. Lorsque l'on sépare les interactions visant la coordination des travaux des groupes de ceux étant axés sur la collaboration, nous constatons un total de 67 interactions visant la coordination des travaux du groupe et 90 visant la collaboration entre les membres du groupe. Les 67 interactions visant la coordination sont réparties dans les deux groupes de la manière suivante, soit 28 pour le groupe A et 39 pour le groupe B. Sur les 90 interactions collaboratives, 38 furent publiées dans le groupe A alors que le groupe B en contenait 52. Enfin, les deux groupes ont généré un total de 38 interactions attentionnées et 39 doubles interactions. Le groupe A ayant 20 interactions attentionnées et 15 doubles interactions tandis que le groupe B a produit 18 interactions attentionnées et 24 doubles interactions. Cette analyse quantitative des publications et des commentaires nous a permis de séparer les participants en trois groupes selon leur niveau de contribution aux échanges. Trois participants ont été classés dans la catégorie des participants ayant une contribution élevée (vert), ce qui signifie qu'ils ont généré plus de 10 interactions collaboratives et un total de 25 contributions au sein de leur groupe. Trois autres participants furent classés comme contributeurs modérés (jaune) puisqu'ils ont produit entre 6 et 10 interactions collaboratives et entre 15 et 25 contributions au total. Le dernier regroupement, comprenant huit participants, représentait un niveau de participation faible (rouge), soit cinq contributions collaboratives et moins et moins de 15 contributions au total.

À la suite de ce processus de catégorisation de la participation, nous avons cherché des similitudes dans le profil des participants selon les réponses aux formulaires de recrutement initial. L'auto-évaluation de l'aisance à utiliser *Facebook* et de l'aisance à organiser une assemblée délibérante ne nous a pas permis de faire un lien entre la capacité perçue des participants sur ces éléments et leur niveau de contribution, les participants s'étant identifiés comme ayant un niveau d'aisance avancé ou d'expert pour les deux fonctions étant répartis équitablement dans les trois catégories de contribution. Nous avons par contre pu observer que les participants souhaitant utiliser les résultats de l'expérimentation dans leur cadre professionnel avaient une plus grande présence dans les niveaux de contribution élevé et modéré alors que les participants souhaitant seulement contribuer à la recherche ou apprendre de celle-ci se retrouvait davantage dans le niveau de contribution faible des participants, ce qui confirme notre intuition initiale concernant le niveau de motivation en lien

avec la finalité escomptée de la participation. De plus, les participants trouvant que *Facebook* est une plateforme complexe à utiliser ou ayant une réticence en lien avec son utilisation se retrouvent majoritairement dans le groupe de participants ayant une faible contribution alors que les participants ayant identifié *Facebook* comme une plateforme utile pour communiquer se retrouvent dans les catégories de contribution élevée et modérée. Cette situation confirmerait aussi notre intuition à savoir que les gens ayant un cadre de référence à connotation négative vis-à-vis de *Facebook* ont eu une expérience plus limitée dans l'expérimentation concernant la mobilisation des fonctionnalités présentes sur cette plateforme.

Nous avons par la suite utilisé ces regroupements pour trier nos 479 éléments mentionnés lors du processus de rétention pour notre analyse. Nous avons donc croisé le nombre de récurrences d'un élément avec sa répartition dans les deux groupes et sa répartition dans les trois catégories de contribution. Pour qu'un élément soit attribué comme prioritaire pour notre analyse, il devait avoir été mentionné par au moins trois participants dans chacun des groupes, soit avoir un minimum de 6 récurrences. Nous avons procédé ainsi puisque les deux groupes ont eu une faible quantité de doubles interactions et d'interactions attentionnées sur lesquelles nous pouvions appuyer notre analyse. Les deux groupes ayant eu de la difficulté à mettre en œuvre leur processus de collaboration dans le groupe *Facebook*, nous avons cherché dans les entrevues et nos observations des facteurs explicatifs de cette difficulté, ce qui nous a permis de comprendre que la technique d'intermédiation de la communication au sein du groupe générait un ensemble d'équivoques vis-à-vis de laquelle les membres des groupes ne possédaient pas suffisamment de connaissances ou ne maîtrisaient pas les habiletés nécessaires pour les interpréter et construire du sens avec les autres membres de leur groupe. Ce constat a influencé notre processus d'analyse nous permettant de nous concentrer sur ces sources d'équivoques induites par l'environnement de communication avant de pouvoir aborder spécifiquement nos questions de recherches. Enfin, nous avons réalisé que de nombreux éléments partagés par nos participants pouvaient aussi se retrouver dans un groupe hors ligne. Nous avons donc tenté d'isoler spécifiquement les éléments circonscrits à l'utilisation d'un média socionumérique pour communiquer en groupe afin d'en faire ressortir les défis particuliers que l'on retrouve dans ce mode de communication.

Nous vous présenterons donc dans la prochaine section de ce mémoire le résultat de notre analyse en débutant par invoquer les sources d'équivoques spécifiques à l'environnement de la communication en groupe sur *Facebook* pour ensuite présenter la façon dont nos groupes ont fait sens de leur cadre de référence technologique respectif pour collaborer à produire un guide d'animation d'une assemblée délibérante. Nous pourrons ainsi identifier ce qui permettrait d'augmenter le nombre d'interactions attentionnées et ce qui pourrait être amélioré dans l'environnement technique pour stimuler la collaboration au sein des groupes ainsi réunis. Finalement, le guide d'animation produit par le groupe A nous permettra de proposer une procédure d'animation d'une assemblée délibérante n'ayant pas été testée, mais qui reprend les grandes lignes de ce qui a été entendu entre les participants de ce groupe.

CHAPITRE IV

ANALYSE

Cette recherche en communication sur les médias socionumériques s'intéresse à la mise en œuvre du processus de construction de sens d'un groupe privé sur *Facebook*. Nous voulons comprendre l'implication de la médiation de la communication d'un groupe par les médias socionumériques sur l'organisation de celui-ci à partir des propriétés techniques que propose un environnement numérique. Pour y parvenir, nous avons réuni 14 personnes que nous avons séparées en deux groupes de sept. Leur mandat était d'explorer l'environnement d'un groupe privé sur *Facebook* durant 35 jours pour y développer un guide d'animation d'une assemblée délibérante pouvant être tenue dans ce lieu numérique. Notre méthodologie s'appuie sur une approche interprétative par contextualisation qui se veut exploratoire. Dans cette démarche qualitative, nous avons mobilisé trois techniques de collecte de données de l'ethnographie du numérique pour effectuer une triangulation méthodologique, soit l'observation participante, le journal de bord et la visite commentée à partir d'entrevues sur traces numériques.

Lors de notre analyse, nous procéderons en trois étapes de densification et d'enrichissement de ces données, soit la contextualisation, la description et la signification. Notre attention se portera sur l'environnement technique développé par *Facebook*, ses modalités de communication pour les groupes ainsi que le processus de mise en œuvre de la communication entre les membres d'un groupe pour réaliser leur objectif. En utilisant le modèle d'une assemblée délibérante, nous avons référé nos participants vers un cadre décisionnel connu et ayant fait ses preuves dans un contexte hors ligne. Nous décrirons l'expérience de nos deux groupes pour illustrer de quelles manières l'équivoque induite par le contexte de communication influence la capacité des membres à construire le sens des fonctionnalités disponibles pour organiser leur communication et produire un livrable. Les concepts d'affordance, de conscience collective, de cadre de référence ainsi que le

processus de construction de sens tel que théorisé par Weick composeront notre appareil théorique pour comprendre l'expérience que nous aurons observée et qui nous sera relatée lors des entrevues par nos participants. Après avoir analysé l'outil technique et son contexte d'utilisation, nous proposerons des pistes d'améliorations potentielles découvertes tant pour corriger des enjeux techniques vécus lors de l'expérimentation que pour ajuster la convivialité de ses fonctionnalités pour ses utilisateurs dans un contexte de communication en groupe sur cette plateforme, notamment en ce qui concerne l'organisation potentielle d'une assemblée délibérante sur ce dispositif. Nous terminerons cette section en mentionnant les limites vécues et perçues lors de notre expérimentation qui exerceront une influence sur nos résultats d'analyse.

4.1 La mise en œuvre du processus de construction de sens au sein d'un groupe privé *Facebook*

Tout d'abord, pour comprendre la façon dont les individus d'un groupe arrivent à faire sens collectivement des affordances présentes dans un groupe privé sur *Facebook* pour organiser leurs communications, nous devons au préalable identifier les formes d'équivoques induites par le contexte de communication, soit l'environnement technique utilisé, ainsi que la façon dont les utilisateurs mobiliseront individuellement les affordances que ce lieu propose pour interpréter collectivement ces équivoques. Ceci s'explique puisque le processus d'appropriation du groupe *Facebook* par ses membres est influencé à la fois par leur connaissance ou leur ignorance de l'existence des fonctionnalités disponibles sur celui-ci ainsi que par leur niveau d'habileté ou de confusion à les utiliser de façon appropriée dans un contexte d'échange de groupe, cependant, cette ignorance et cette confusion pouvant être dépassées, le contexte intermédié de communication comporte lui aussi son lot d'équivoques indépendant de la connaissance et de l'habileté de ses utilisateurs.

Nous débuterons donc par répondre à notre première question de recherche en évoquant les équivoques induites spécifiquement par l'intermédiation des médias socionumériques pour la communication de groupe. Nous procéderons en analysant différents aspects, soit les canaux disponibles pour communiquer, la façon d'accéder aux communications produites au sein du groupe, la façon de procéder à l'identification de la composition du groupe ainsi que la façon de participer au sein du groupe. Une fois l'ensemble de ces éléments énoncés, nous analyserons la

façon dont les membres de nos deux groupes de recherche ont fait sens de cette réalité en se concentrant uniquement sur ce qui a été explicité entre eux lors de leur expérimentation.

4.1.1 Faire sens des multiples canaux disponibles pour communiquer

Nous débuterons donc cette analyse en plaçant les bases de l'environnement technique proposé par *Facebook* pour communiquer en groupe. Comme nous l'avons décrit précédemment, le cadre de communication qu'offre *Facebook* pour rassembler des membres dans un groupe privé propose de multiples canaux de communication possédant leur propre logique d'interaction. Par exemple, la visioconférence que l'on peut effectuer dans un salon *Facebook* nécessite que l'ensemble des membres soient présents de façon simultanée alors que la communication asynchrone permise par l'échange de publications, de réactions et de commentaires ne possède pas cette contingence. Nous n'aborderons volontairement pas la possibilité de clavardage par échange de messages textes ou vocaux puisque ce contexte n'a pas été utilisé de façon groupale lors de notre expérimentation. Le début de notre analyse du cadre de communication s'intéressera donc à comparer les modalités qu'implique la communication en simultanée par rapport à celle asynchrone sur cette plateforme.

Weick mentionne que pour réduire l'équivoque, il faut rechercher des sources riches d'informations qualitatives (Weick, 2001). Selon l'expérimentation que nous avons effectuée, nos participants considèrent que la visioconférence et la communication asynchrone proposent un cadre de communication moins riche qu'hors ligne générant davantage d'interprétation non validée chez les utilisateurs pour des raisons différentes, mais qu'entre les deux possibilités, la visioconférence offre une plus grande richesse informative que la communication asynchrone puisque cette dernière occulte l'ensemble du paralangage en formalisant par écrit ou par des images les échanges. La principale limite vécue par nos groupes d'expérimentation concernant la visioconférence vient du fait que le salon *Facebook* ne peut être enregistré et publié dans le groupe *Facebook*. Ainsi, la visioconférence demande la co-présence des membres du groupe pour accéder au contenu qui y sera partagé contrairement à la communication asynchrone qui exige de le consulter au moment où chaque individu est disponible. Dans ce contexte, le groupe interagissant sur *Facebook* reproduit essentiellement une des principales limites mentionnées dans notre problématique concernant l'organisation d'assemblée délibérante, soit la nécessité de trouver un temps commun pour tous,

mais permet aux membres d'être distribués à différents endroits lors de leur communication. Cette limite est importante du fait qu'elle exclut d'emblée ceux possédant un horaire différent des autres membres comme certains des participants de notre recherche nous l'ont confirmé. Dans cette circonstance, les membres doivent aussi trouver un lieu propice pour communiquer. Un de nos participants nous a partagé à ce sujet qu'il consultait *Facebook* surtout le soir après avoir couché ses enfants et que pour cette raison, il ne pouvait pas participer à une visioconférence à ce moment afin d'éviter de les réveiller. De plus, les membres se joignant ultérieurement au groupe ont l'impression d'être déphasés du groupe se réunissant en visioconférence étant donné que ce cadre de communication n'offre pas la persistance de l'information comme le fait la communication asynchrone.

Une deuxième difficulté évoquée concernant la visioconférence en groupe vient du fait que la communication se déroule essentiellement sur un seul canal auditif contrairement à la communication hors ligne. Ainsi ce cadre de communication amplifie une autre contrainte mentionnée dans notre problématique, soit le fait que tous les membres d'un groupe ne peuvent pas s'exprimer sur tous les sujets couverts dans un temps donné tout en exacerbant l'incapacité de tenir des échanges informels entre certains membres du groupe. Nous terminerons ainsi notre analyse concernant la communication via la visioconférence puisque dans les deux expérimentations, il n'y a eu que trois moments de groupe dans un salon *Facebook* et que ce cadre de communication ne résout pas complètement les limites que nous souhaitons adresser dans notre problématique, soit la proposition de modification du contexte de communication offerte par la communication asynchrone d'un groupe sur un média socionumérique. Il était tout de même important de débuter notre analyse par le choix du canal de communication pour le développement du groupe étant donné que l'un de nos deux groupes n'a pas réussi à mobiliser les autres modalités de collaboration massive dans leur processus de construction de sens associé au cadre de référence technologique individuel en cherchant continuellement à se rassembler de façon simultanée pour faire avancer les travaux du groupe. Nous reviendrons donc dans une section subséquente sur les conséquences pour le groupe concernant cette difficulté et sur les justifications mentionnées par nos participants afin de comprendre l'implication de cette réalité dans le processus de construction de sens de ce groupe. Les multiples canaux de communication disponibles et leurs réalités relatives

proposent donc aux membres d'un groupe différentes affordances qu'ils peuvent agencer s'ils en perçoivent les possibilités et les maîtrisent.

4.1.2 Faire sens de l'accès au lieu de communication du groupe

Poursuivons donc notre analyse en nous concentrant sur l'équivoque induite par le mode de communication asynchrone. Le premier élément différenciateur créant de l'équivoque dans ce mode de communication est relatif à la façon dont nous accédons à la communication du groupe. Bien que le groupe possède sa propre adresse web que les membres peuvent utiliser pour accéder au contenu du groupe, celle-ci n'est pas perçue de cette manière par nos participants. La majorité d'entre eux nous ont mentionné qu'ils accédaient principalement à la communication du groupe via leur fil d'actualité ou leur fil de notification sur *Facebook*. Seuls les plus actifs ont mentionné lors de leurs entrevues s'être dirigés directement vers le groupe, dans l'option des groupes sur *Facebook*, pour consulter les communications passées, pour se mettre à jour grâce à la persistance de l'information ou pour vérifier l'évolution du groupe afin de s'assurer de ne rien avoir manqué.

Ce constat vient du fait qu'après un certain temps, les communications du groupe n'apparaissaient plus dans le fil d'actualité des membres alors que le groupe poursuivait ses échanges. Ce retrait du fil d'actualité est associé à l'inactivité du membre vis-à-vis des publications du groupe, c'est-à-dire, que lorsque le membre ne publie pas, ne répond pas avec un commentaire ou ne réagit pas à une publication, l'algorithme du fil d'actualité ne lui présente plus ce contenu croyant qu'il n'a plus d'intérêt à le consulter. C'est donc dire qu'un membre du groupe se positionnant comme observateur plutôt que comme leader ou participant sera identifié par l'algorithme comme n'ayant plus d'intérêt concernant le contenu de ce groupe et donc, les publications de ce groupe n'apparaîtront plus dans son fil d'actualité, ce qui modifie considérablement la dynamique du groupe puisque tous doivent participer activement pour voir s'afficher dans leur fil d'actualité les interactions du groupe en question s'ils consultent uniquement l'activité du groupe via cette possibilité plutôt que de se diriger sur le lieu numérique du groupe pour accéder à son contenu.

Nous avons aussi constaté un phénomène similaire au niveau du fil des notifications. Après un certain temps d'inactivité dans le groupe, les membres ne recevaient plus dans leur fil de

notifications, les notifications des nouvelles publications dans le groupe sauf lorsqu'ils étaient interpellés directement par la fonction du tag (@). L'un de nos participants nous a parlé de l'effet de confusion engendré par le fonctionnement de cette affordance :

> Je pense que ça fait partie de ceux-là que j'ai manqués. C'est pour ça que des fois, je disais : j'ai tu manqué quelque chose ? Il me semble qu'il ne se passe rien. Parce que des fois, je trouvais des commentaires d'il y a trois jours. J'étais comme voyons, comment ça j'ai pas vu ça là ?

Ces deux aspects limitant l'accès au groupe sur le long terme nous permettent de comprendre que pour participer à la vie d'un groupe sur les médias socionumériques, le membre doit faire un effort différent pour se diriger vers le lieu de réunion du groupe que lorsqu'il est hors ligne, mais que cet effort est tout de même demandé par la plateforme. Tout comme lorsqu'il doit se déplacer physiquement vers le lieu où se retrouve le groupe, le membre d'un groupe sur les médias socionumériques doit agir consciemment pour se déplacer numériquement vers le lieu du groupe, ce qui n'était pas acquis chez les participants de notre expérimentation puisque leur utilisation antérieure de *Facebook* ne nécessitait pas d'agir en dehors de la consultation de leur fil d'actualité ou de leur fil de notification. Il s'agit donc d'un deuxième élément générant de l'équivoque, celui-ci étant aussi relié au cadre de référence technologique propre à chaque participant.

4.1.3 Faire sens de la composition du groupe

Un troisième élément générant de l'équivoque pour nos participants au sein du groupe *Facebook* consiste à faire sens de la composition du groupe. Il s'agit d'un élément important puisqu'il contribue significativement au développement de la conscience collective du groupe. Weick mentionne à ce sujet que pour parvenir à comprendre le développement de la conscience collective d'un groupe nous pouvons nous concentrer sur trois aspects, soit le niveau d'attention déployée, les comportements des individus entre eux et le niveau de conscience commune ressenti par les membres (Weick, 2001). Il faut donc que chacun des membres ait conscience de la présence des autres pour que l'on puisse observer ces trois aspects, ce qui est plus complexe lorsque l'on communique de façon asynchrone. Notre analyse de cet élément se concentrera donc sur le changement que propose la plateforme pour la communication en groupe concernant

spécifiquement le processus d'identification des membres du groupe, la gestion de la présence et de l'absence de ceux-ci au sein du groupe ainsi que la capacité de communiquer sans la présence immédiate des autres au sein du groupe.

4.1.3.1 Le processus d'identification des membres du groupe

Bien qu'une liste des membres du groupe soit disponible et qu'à partir de cette liste, chaque membre pouvait consulter le profil des autres membres pour en apprendre davantage sur ceux-ci, cette fonctionnalité associée à l'affordance de la visibilité a peu été utilisée lors de l'expérimentation des deux groupes. En effet, plusieurs participants ont mentionné ressentir un certain malaise à consulter les profils des autres membres du groupe. Ils ont évoqué pour la plupart que le profil *Facebook* de la personne se situait dans sa vie privée et qu'il n'était pas nécessaire de connaître l'autre pour collaborer avec celui-ci dans le cadre de la recherche. Une participante mentionne justement que « c'était comme si c'était du voyeurisme. C'est bizarre hein ! » Un autre participant ajoute que de toute façon le profil *Facebook* ne représente pas nécessairement la réalité puisqu'il est construit par l'individu lui-même dans l'objectif de présenter la face qu'il souhaite montrer aux autres. De leur côté, les quelques participants ayant consulté le profil des autres membres du groupe l'ont fait pour découvrir des éléments en commun avec les autres participants et pour comprendre leur contribution potentielle au groupe. Les participants étaient donc seulement visibles auprès des autres membres du groupe lorsqu'ils publiaient ou répondaient avec une réaction ou un commentaire. C'est l'une des raisons évoquées par plusieurs pour justifier l'importance pour eux d'avoir des moments en visioconférence afin de voir les autres membres du groupe, d'entendre leur voix et d'appréhender leur personnalité. Sans ces moments en visioconférence, chaque membre devait faire appel à sa mémoire et son imagination pour se figurer les autres membres du groupe. Ils n'avaient accès qu'à leur nom et leur photo de profil pour les identifier s'ils n'avaient pas consulté plus en profondeur leur profil personnel. Lors des entrevues, plusieurs participants ont eu de la difficulté à se remémorer les noms de certains membres de leur groupe malgré le fait qu'ils ont interagi dans le même groupe sur une période de 35 jours et que leur nom était associé à chaque publication, commentaire ou réaction. Il a été mentionné par une participante que dans le contexte de cette recherche, elle ne sentait pas le besoin de se souvenir des

noms des autres participants puisque leur relation se terminerait au terme de la durée de l'expérimentation.

4.1.3.2 La gestion de la présence et de l'absence des membres du groupe

L'une des participantes mentionne un autre aspect différenciateur de l'expérience de groupe sur *Facebook* en comparaison à celle hors ligne concernant la composition du groupe, soit le fait que sur *Facebook*, le groupe est accessible en tout temps et que nous pouvons y communiquer au moment qui nous convient, alors que « dans une rencontre en personne, tu y assistes ou tu n'y assistes pas. » La présence des membres du groupe ou leur absence devient donc ambiguë pour les autres. C'est justement ce qui fait dire à une participante : « Bin voyons, comment ça qu'il est pu là ? Il était de ceux qui voulaient que ça l'avance, il répondait. » Ainsi, nous comprenons que dans un groupe *Facebook* les autres sont seulement visibles par leurs interventions au sein du groupe. Lorsque ceux-ci n'interviennent pas, ils deviennent quasi invisibles pour les autres membres demeurant seulement un nom dans une liste de membres. Cette caractéristique affecte directement l'une des conditions posées par Weick pour construire du sens en groupe, soit celle de la visibilité. Bien que les actions au sein du groupe soient visibles, la présence des membres du groupe ne l'est pas pour les autres membres lorsqu'ils participent au sein du groupe. Ce manque de visibilité des autres membres du groupe impacte donc négativement le processus de construction de sens au sein du groupe puisque Weick mentionne que la visibilité ancre les parties impliquées dans une logique relationnelle et que sans la visibilité, les membres du groupe ne ressentiraient pas la même pression à rendre compte de leur comportement vis-à-vis des autres (Weick, 2001). C'est justement ce que partage l'un de nos participants lorsqu'il justifie sa difficulté à participer aux échanges du groupe en ces termes :

> Il y a comme moins de pression. C'est exactement ça. C'est comme, je lis les commentaires et après ça je me dis : ha bin, ce soir, je répondrai. Mais après ça le soir, bien t'es pris dans d'autres choses puis là bien, c'est comme : ok, je vais le faire demain. Je vais le faire demain assurer. Puis là, encore là, c'est une roue. C'est parce que justement, il n'y a pas de pression.

Pour aller plus loin à ce sujet, nous pouvons aussi constater qu'avec la forme asynchrone de communication, le groupe a de la difficulté à faire sens du temps commun du groupe. L'être

ensemble est dématérialisé et devient ainsi confus. Nous reviendrons plus loin dans notre analyse sur l'aspect temporel de la vie du groupe, mais il est important, à ce moment-ci, d'identifier que l'ajustement au temps du groupe est nécessaire pour faire sens de la composition du groupe par les membres de celui-ci. C'est donc dire que la présence perçue d'un membre au sein du groupe dépend de son niveau d'activité plutôt que de sa seule adhésion à la liste de ceux pouvant accéder au groupe et qu'elle est dilatée dans le temps. Ainsi le silence et la position d'observateur deviennent ambigus au sein du groupe comme le mentionne l'une de nos participantes : « sur *Facebook*, la personne qui ne réagit pas, on la considère absente, alors qu'en personne, on va faire : Hey, tu vas faire ça. » Une autre participante ajoute à ce sujet :

> Tu sais, dans une rencontre en présence si tu poses une question et après un certain temps personne ne répond, le silence va créer un malaise qui va forcer les gens à répondre, mais dans un groupe *Facebook* c'est plus facile de s'esquiver [et de] faire semblant qu'on ne l'a pas vu.

Cette confusion concernant la présence et l'absence au sein du groupe génère de l'équivoque pour les membres du groupe puisqu'ils doivent faire sens à la fois du délai de réponse suffisant pour être une partie prenante de l'activité du groupe tout en gardant en tête que certains membres du groupe peuvent être présents et observer l'activité du groupe sans nécessairement y réagir. C'est ce qui fait dire à un des participants les plus actifs concernant un participant qui n'était pas très présent dans les premières semaines d'échanges du groupe, mais qui à la fin à rassembler l'ensemble des échanges du groupe dans un document : « Honnêtement, j'ai trouvé ça bizarre qu'une des personnes qui étaient la plus silencieuse… non pas plus… mais un des très silencieux durant le processus devienne soudainement responsable du livrable. (rire) J'ai trouvé ça wow. » Ainsi, la composition du groupe, bien que matérialisée par la liste de ses membres, existe davantage de manière abstraite, dans la mémoire de ses membres, selon leur contribution aux échanges du groupe plutôt que par le seul fait d'être avec le groupe au même endroit et au même moment, ce moment commun étant complexe à déterminer et influencé par la temporalité des interventions au sein du groupe.

4.1.3.3 La capacité de communiquer sans la présence immédiate des autres

La capacité de communiquer sans la présence immédiate des autres implique un autre aspect générant de l'équivoque pour les membres du groupe concernant sa composition, soit la capacité de s'exprimer au sein du groupe sans connaître le contexte de réception de notre communication par les autres membres du groupe ainsi que l'incapacité d'obtenir une rétroaction directe reliée à la réception de notre message par ceux-ci. Cette réalité communicationnelle amène de la confusion entre les membres du groupe, notamment en ce qui concerne le développement de l'affiliation et du sentiment d'appartenance envers le groupe. Un participant mentionne à ce sujet : « je n'ai aucune idée comment elle perçoit les interventions qu'on a eues ou qu'est-ce qu'elle avait comme idée. » Un autre s'exprime ainsi : « on ne sait pas si tout le monde dans le groupe le reçoit notre message non plus. » C'est donc dire qu'en communiquant de façon asynchrone sur les médias socionumériques, l'émetteur communique en l'absence du ou des récepteurs potentiels et ceux-ci reçoivent la communication en l'absence de celui qui l'a émise. Ce contexte de communication crée donc de la distance relationnelle entre les membres du groupe. Ceux-ci n'interagissent pas explicitement avec l'émetteur d'un message, mais plutôt à travers son message, ce qui implique une dissociation de l'émetteur du message dans l'acte de réception. Nous conserverons cette idée pour poursuivre notre analyse de la logique d'interaction dans un groupe *Facebook* dans la prochaine section de ce chapitre, mais nous devions introduire cette réalité particulière au niveau de la composition du groupe puisqu'elle influence directement le processus de développement de la conscience collective ainsi que le processus d'engagement des membres entre eux.

Sans la présence des autres, le groupe ne développera pas sa conscience collective de la même façon qu'hors ligne, s'il réussit à y parvenir. Nous pouvons nous interroger ici, si un groupe sur *Facebook* remplit complètement les conditions établies pour être définies comme un groupe en tant que tel puisqu'un groupe est davantage que la simple somme de ses parties telles que présentées précédemment. Sans entrer dans un élan philosophique à ce sujet, notre intuition est que la réalité technique proposée par les médias socionumériques modifie le cadre normatif de ce que l'on comprend comme l'être ensemble. En ce sens, à cette étape initiale de formation, les membres interagissant sur un groupe *Facebook* privé constituent davantage un collectif d'individus qu'un groupe. Cela étant dit, selon les expériences partagées par les participants de cette recherche lors

de leur entrevue concernant leur sentiment d'appartenance à d'autres groupes sur *Facebook*, nous constatons qu'il est possible, avec le temps, de créer un sentiment d'appartenance vis-à-vis d'une communauté en ligne et d'y entretenir un sentiment d'affiliation avec d'autres personnes en communiquant uniquement de façon asynchrone dans un groupe *Facebook*, mais que pour y parvenir l'individu devra ressentir le besoin de communiquer avec les autres membres du groupe, ce qui n'était pas nécessairement le cas lors de cette expérimentation. Nous aborderons cet aspect dans les limites de notre recherche.

Bref, lorsque l'on souhaite faire sens de la composition du groupe, il est important de prendre en considération de nombreux aspects générant de l'équivoque. La première est relative à l'identification des autres membres du groupe. Pour que le groupe puisse construire un sens commun, chaque membre a la responsabilité d'identifier les autres membres, de s'intéresser à leur profil pour apprendre à les connaître et de conserver dans sa mémoire leur existence. Sans cet effort de se figurer les autres lors de ses interventions, ceux-ci demeureront invisibles jusqu'à ce qu'ils communiquent sur la plateforme. Dans ces circonstances, il sera complexe de générer suffisamment de pression relationnelle pour susciter un engagement collectif au sein du groupe, ce qui affectera négativement le processus de construction de sens entre les membres du groupe. Le deuxième aspect générant de l'équivoque est relié à la nécessité de redéfinir les conditions de participation avec les autres membres pour être considéré comme présent au sein du groupe dans un contexte d'interaction asynchrone, notamment au sujet du temps de réponse à une interpellation. Sans ce processus de normalisation des conditions d'appartenance au groupe, il sera complexe pour ses membres de faire sens de sa composition au fil du temps puisque ceux-ci sont seulement visibles lorsqu'ils interviennent au sein du groupe. Le troisième aspect générant de l'équivoque concernant la composition du groupe est la façon dont nous interprétons l'équivoque reliée à l'absence des autres membres au moment de la communication. Les membres composant l'auditoire visé par la communication devront éviter d'être passif lors de la réception d'un message et être conscient que sans réaction ou interaction de leur part, l'émetteur ne pourra pas valider avec fiabilité la réception de sa communication ni l'impact de celle-ci sur son auditoire, ce qui limitera sa capacité à s'ajuster aux autres. C'est pourquoi les membres d'un groupe ont aussi la responsabilité de s'entendre entre eux sur la participation attendue au sein du groupe puisque le cadre technique de communication contient aussi à ce niveau de nombreux aspects générant de l'équivoque entre les participants.

4.1.4 Faire sens de la participation au sein du groupe

Nous avons compris jusqu'à présent que le canal de communication choisi, que l'accès à l'environnement de communication du groupe sur *Facebook* et que la composition du groupe pouvait générer certaines formes d'équivoques spécifiques au contexte de communication sur les médias socionumériques. Nous aborderons maintenant une quatrième source d'équivoque pour laquelle les participants de notre recherche ont dû construire du sens lors de cette expérimentation, soit la façon dont ils pouvaient participer à la vie du groupe privé sur *Facebook.* En effet, tel que vécu au sein d'un groupe se réunissant hors ligne, la participation à la dynamique d'un groupe contient son lot d'équivoque, cependant lorsque celle-ci est intermédiée par une technologie comme un média socionumérique, d'autres formes d'équivoques spécifiques émaneront de ce nouveau contexte de communication. Nous aborderons dans cette section celles qui nous ont semblé les plus circonscrites à la réalité d'un groupe privé sur *Facebook* parmi les éléments mentionnés par nos participants dans le cadre de cette recherche. Il sera ainsi question de la gestion de la temporalité des échanges, de l'influence du contexte externe au groupe, l'influence de la forme de la communication sur la cohésion du groupe, de la transformation de la signification de la position de leadership au sein du groupe et puis de l'impact de certaines affordances de communication particulières aux médias socionumériques tels que le *metavoicing*, la persistance de l'information ainsi que l'association de contenu.

4.1.4.1 La gestion de la temporalité des échanges

Tout d'abord, comme nous l'avons mentionné dans la section précédente, en communiquant de façon asynchrone, les membres d'un groupe sur *Facebook* échangent principalement sans être présents au même moment. Ceci induit que chaque individu communiquera vraisemblablement à un moment différent des autres. Cette réalité semble avoir pour effet de dilater la perception du temps commun du groupe. Quelques participants nous ont partagé leur impression à ce sujet en mentionnant que sur un groupe *Facebook*, les échanges se déroulent par fragment de messages comparativement à une conversation en simultanée. Ils ajoutent que la dynamique d'interaction nécessite plusieurs moments différents combinés pour arriver à la finalité désirée d'un dialogue spécifique comparativement à une discussion hors ligne, ce qui induit certaines équivoques.

Illustrons cette réalité. Dans un premier temps, la communication est initiée lorsqu'un membre effectue une publication. Puis, dans un deuxième temps, elle se poursuit lorsqu'un autre membre, à un moment ultérieur, prend connaissance de cette publication. Lorsque la communication initiale est observée par ce membre, il peut y réagir en utilisant un bouton de réaction associé à l'affordance du *metavoicing* ou y répondre en ajoutant un commentaire, mais il peut aussi ne poser aucune action et continuer d'agir comme observateur. Éventuellement, un membre pourrait ajouter un commentaire auquel l'initiateur de la publication ou tout autre membre pourra, dans un troisième temps, y réagir, le commenter ou simplement l'observer. La dynamique d'émission et de réception du message se poursuivra ainsi entre les membres du groupe. L'ensemble de ce processus peut se dérouler en quelques minutes, ce qui donne l'impression d'échanger en direct, ou s'étaler sur plusieurs jours, ce qui donne l'impression de communiquer indirectement avec les autres. La vitesse des échanges varie donc selon les personnes concernées, mais est aussi propre au rythme de chacun puisque les membres du groupe consultent la plateforme où se déroulent les échanges selon leurs propres disponibilités. Ainsi, il se peut qu'un membre consulte le groupe *Facebook* plusieurs fois par jour et qu'un autre ne puisse le faire que quelques fois par mois. N'étant visible au sein du groupe que lorsqu'ils y agissent, en publiant, réagissant ou en commentant une publication, la vitesse à laquelle chacun interagit au sein du groupe sculptera la présence au sein du groupe et ainsi la temporalité collective. L'un de nos participants a utilisé l'analogie d'un interrupteur pour décrire ce phénomène en ces termes :

> Je m'engage, oui, non, c'est comme une *switch*. Puis, après ça, je m'engage c'est comme un *dimmer* d'une lumière. Tu comprends. Moi j'y vais plus dans le sens où c'est facile de dire que je suis engagé, j'allume la *switch*, mon nom est dans la liste. S'en est une autre d'être à l'écoute, approfondir, participer, commenter, ajouter.

C'est pour cette raison qu'après s'être tous présentés aux autres, les participants des deux groupes de cette recherche se sont entendus sur un délai maximum de réponse à l'activité du groupe afin de circonscrire le temps commun et le rythme du groupe à travers ses échanges ainsi que les prises de décision au sein du groupe *Facebook*. Il s'agissait d'une première tentative de faire sens de la réalité temporelle du groupe puisque l'environnement de communication n'impose pas de limite temporelle intrinsèque à la communication du groupe. Le délai de réponse attendu et convenu a été fixé de manière à faire avancer les travaux du groupe par rapport à la durée de l'expérimentation

tout en prenant en considération les réalités temporelles individuelles différentes pour chacun des membres.

Parallèlement, cette réalité temporelle peut aussi entraîner une surcharge informationnelle à gérer pour suivre l'évolution du groupe comme mentionné lors de notre problématique. Cette surcharge se manifeste de deux façons. La première est reliée à la quantité de communications à consulter au sein du groupe *Facebook.* Une personne qui s'y connectera régulièrement aura relativement peu de contenu à consulter puisque la fréquence rapide de son accès au groupe lui permettra de demeurer à l'affût des nouvelles communications, selon la quantité de membres actifs au sein du groupe. Cependant, pour une personne qui se connecte moins régulièrement, la quantité d'informations publiées et commentées au sein du groupe pourra devenir trop importante à gérer pour réussir à se mettre complètement à jour, ce qui entraînera une certaine confusion dans sa participation puisqu'elle conservera l'impression d'être décalée du groupe en ayant manqué du contenu essentiel. La deuxième façon est associée à la nécessité de consulter à plusieurs reprises une même série d'échanges afin de se souvenir de son contenu. C'est ce qu'explique l'une de nos participantes en ces mots : « Quand ça prend plus de temps bien là, on dirait que ça le soutient un peu moins parce que ça me demande comme plus d'effort de me remettre dedans. » C'est donc aussi pour cette raison que les deux groupes ont tenté d'instaurer une norme de participation au sein du groupe variant de 48 heures à 72 heures. Leur objectif étant de conserver un temps commun dilaté relativement court pour que les échanges soient plus fluides et que l'effort nécessaire pour les réactiver dans leur mémoire soit moins exigeant. Ainsi, cette double interaction potentielle, soit l'unité de base selon Weick pour construire du sens au sein d'un groupe (Weick, 2001), sera étirée dans le temps et les parties impliquées devront effectuer un effort plus important qu'en co-présence pour la réaliser. Faire sens du temps commun et de la vitesse des échanges représentent aussi des raisons pour lesquelles bâtir une relation sur les médias socionumériques prend plus de temps, comme nous l'avons présenté dans notre revue de littérature sur le sujet. En communiquant par fragment d'échanges sur une période relativement espacée, le processus d'affiliation au sein du groupe sera saccadé en étant interrompu puis réactivé selon le rythme des échanges. Il serait intéressant, à ce sujet, d'évaluer spécifiquement l'impact de la vitesse de rétroaction sur la distance relationnelle ressentie en ligne par les membres d'un groupe *Facebook* puisque nous n'avons pas interrogé précisément nos participants à ce sujet.

4.1.4.2 L'influence du contexte externe de participation sur la dynamique de groupe

Dans un autre ordre d'idée, puisque le lieu de communication est dématérialisé et qu'il est accessible à partir d'un téléphone intelligent ou d'un ordinateur, la grande majorité des membres du groupe ont mentionné que leur contexte externe avait une influence sur leur participation contrairement à lorsqu'ils interagissent au sein d'un groupe hors ligne. En effet, les participants de notre recherche ont affirmé qu'ils accédaient souvent aux médias socionumériques entre deux moments de leur vie hors ligne, soit lors d'une pause, à la salle de bain, le soir lorsque les enfants sont couchés, pendant qu'ils attendent dans une situation quelconque ainsi que lors de déplacements pour ne citer que ces exemples. C'est ce qu'une participante explique en ces mots : « Je pense que je faisais ça pendant que mon milieu, mon dix ans, jouait à la balle. J'étais dans l'estrade. » Un autre participant ajoute que :

> Souvent ça arrive dans des situations où est-ce que c'est soi une fin de journée ou c'est soi un genre de petit moment que tu as de libre, mais qui n'est pas nécessairement un moment où est-ce que tu es comme en ce moment où je suis dans un bureau fermé.

Cette réalité reliée à la participation au sein du groupe fait en sorte que lorsque le membre consulte le contenu du groupe, il peut être distrait par ce qui se déroule dans son environnement immédiat. Ayant moins de concentration pour consulter le contenu du groupe, le participant pourrait manquer certaines publications ou commentaires en faisant défiler le contenu du groupe sur son téléphone ou être interrompu alors qu'il lisait les échanges sous une publication, le forçant à recommencer sa lecture ou tout simplement l'amenant à abandonner son action sur le groupe pour se concentrer sur ce qui se déroule dans son environnement immédiat. Cette réalité est reliée à l'intermédiation des communications par la technologie. La participation d'un membre aux interactions du groupe dépend de sa capacité à accéder à l'environnement numérique du groupe. Le média socionumérique encourage indirectement la participation par ses différentes affordances, mais ne peut pas demander directement la participation puisque l'individu doit faire un effort conscient pour diriger son attention vers le groupe en ligne et y interagir alors que ce qui se déroule dans son environnement physique immédiat l'interpelle directement et peut exiger son attention sans nécessiter une action volontaire de celui-ci.

Ainsi, cette distraction potentielle ajoute de l'équivoque dans la relation avec les autres membres du groupe à deux niveaux. Dans un premier temps, lorsque le participant est dans un rôle d'émetteur, il cogite son intervention au sein du groupe *Facebook* tout en existant dans un contexte particulier, ce qui peut affecter sa capacité d'expression ou l'orienter vers une communication plus simple et rapide comme l'ajout d'une réaction plutôt que la rédaction d'un commentaire. Nous analyserons davantage l'impact de la possibilité du *metavoicing* sur la relation du groupe dans une autre partie de cette section, mais nous souhaitions souligner que le contexte externe peut entraîner son utilisation en limitant la capacité d'expression de l'émetteur. Dans un deuxième temps, le participant, dans une position de réception du message, n'a pas conscience de l'état dans lequel l'émetteur a communiqué ainsi que de l'influence de son environnement immédiat sur cet état. Il doit donc interpréter la communication sans posséder l'ensemble des éléments lui permettant de bien comprendre l'impact du contexte d'émission dans la création du message. De plus, étant lui aussi dans une situation où le contexte externe peut perturber son activité de consultation du contenu du groupe *Facebook*, son attention pourrait ne pas être complète pour bien prendre connaissance du contenu du groupe. Le contexte externe agit sur les participants en créant de l'interférence dans leurs activités sur le groupe *Facebook*. Cette interférence peut aussi être d'ordre technique comme le souligne l'un de nos participants : « moi j'étais à l'extérieur avec un réseau pourri, ça, ça n'a pas aidé non plus » ou bien d'ordre circonstanciel tel qu'indiqué en ces mots : « Je vous ai lu tout le long que j'ai été en Irlande. C'est juste que je n'avais pas le temps de m'asseoir et là je n'avais pas mon ordinateur. Sur un téléphone, c'est peut-être moins *user friendly*. » C'est donc dire qu'en interagissant sur un groupe *Facebook*, les participants doivent être conscients que les autres membres du groupe existent dans des réalités matérielles différentes de la leur et que cet environnement immédiat peut perturber leur participation au sein du groupe sans qu'ils n'en aient conscience.

4.1.4.3 L'influence de la forme de communication sur la cohésion du groupe

Outre la gestion de la temporalité du groupe et la prise en considération du contexte externe de chaque utilisateur, la forme de la communication contient aussi certaines sources d'équivoque nécessitant d'être négociées par les membres du groupe sur *Facebook* lorsqu'ils y participent. À ce sujet, nous devons spécifier que bien que la plateforme permette de créer des publications vidéo ou

d'intégrer des images dans les publications, l'ensemble des communications asynchrones produites par les participants de nos deux groupes de recherche l'ont été par écrit à l'exception de quelques publications où nous pouvions aussi apercevoir des émoticons pour accompagner le texte ou des images publiées seules. Comme nous l'avons vu précédemment, le fait de communiquer avec les autres participants du groupe par écrit limite la richesse de l'information que nous partageons puisque l'écrit évince l'ensemble du paralangage de la communication. Nos participants nous ont mentionné qu'à l'écrit, on se concentre davantage sur le fond que sur la forme pour partager son message bien que cette dernière puisse aussi être considérée dans le processus, mais selon des paramètres propres à la plateforme où nous communiquons. De plus, lorsque l'on communique par écrit sur les médias socionumériques, notre communication est forcément intentionnelle puisqu'elle se matérialise seulement par l'habileté de projeter sa pensée en tapant des lettres sur son clavier alors que lorsque l'on est en personne et que l'on communique verbalement, les circonstances environnantes peuvent nous amener à communiquer sans que nous ayons anticipé cette possibilité. Cette réalité formalise la communication sur un groupe *Facebook* comme le souligne l'une de nos participantes :

> En présence […] il y a une petite pause. Tu t'en vas à la machine à café, forcément la rencontre en présence va offrir ces occasions-là d'échanges. En virtuel, il l'aura pas ce moment-là s'il n'y a pas une animation ou quelque chose qui fait que les gens peuvent aller sortir un petit peu du formel et oser un petit peu d'informel.

Ainsi, le cadre écrit limite l'expression de la spontanéité des membres du groupe puisque ceux-ci possèdent l'espace nécessaire pour prendre du recul sur ce qu'ils ont consulté sur le groupe avant d'y réagir en ajoutant un commentaire ou, dans le deuxième cas de figure, ils devront réfléchir à la création de leur publication pour la matérialiser en ligne. L'impact de ce recul sur la communication est décrit en ces mots par l'un de nos participants : « Tu ne te censures pas à l'oral. À l'écrit parce que tu te relis en plus. Il y a moins de dynamisme et il y a moins de spontanéité. » Ce recul permis par l'environnement de communication permet aussi aux utilisateurs de se corriger, de prendre un moment pour réfléchir à leur communication, de changer certains mots utilisés, de nuancer leur propos, de préciser certains passages lors de leur relecture avant l'émission de leur message et de faire des recherches pendant qu'ils conçoivent leur message, ce qui est avantageux pour la qualité du message transmis. Cependant, de nombreux participants ont signifié que ce recul permis par les

médias socionumériques dans l'action de communiquer a pour effet de créer une distance relationnelle en limitant l'expression authentique de leurs impressions puisque l'écriture agit comme un filtre, mais aussi parce que l'échange se déroule par bribes d'écrits à des moments différents pour les interlocuteurs.

De plus, il semblerait, selon les partages de nos participants, que la voix détient une composante associée à l'identité de l'individu qui ne peut pas se reproduire par l'écrit. C'est ce qui fait dire à l'une de nos participantes : « Je vais lire ce qui est écrit puis tout ça, mais ça ne va pas vraiment me créer un lien en tant que tel avec cette autre personne-là. » C'est pour cette raison que nous avons brièvement mentionné précédemment qu'il semblerait qu'à court terme, la communication asynchrone par écrit sur les médias socionumérique détache la représentation de l'émetteur de son message aux yeux du récepteur. Le récepteur de la communication n'étant pas en présence de l'émetteur et n'ayant pas accès à sa voix ni à son non-verbal, il ne peut que consulter la trace de son message laissé dans l'environnement du groupe sur *Facebook,* ce qui rend cette communication plus impersonnelle qu'hors ligne. Une participante ajoute à ce sujet : « Je dirais qu'il y a un anonymat. Là je vois des noms, je vois des noms qui répondent. Mais qui est là vraiment ? » L'équivoque ainsi induite devient un obstacle dans la création du lien à l'autre. Les membres du groupe sur *Facebook* doivent se figurer leur audience potentielle et leurs réactions potentielles lorsqu'ils communiquent, ce qui devient complexe en raison de l'addition des sources d'équivoques mentionnées précédemment. De plus, n'ayant pas de visibilité sur la réception de la communication par les autres membres du groupe, le participant pourrait avoir de la difficulté à ajuster sa rétroaction au ressenti de l'être ensemble du groupe, ce qui pourrait limiter, au final, sa participation potentielle.

En effet, certaines personnes ont besoin davantage d'information contextuelle pour se positionner au sein d'un groupe. Ces personnes modulent ainsi leur rétroaction sur ce qu'ils perçoivent être la forme acceptable de réponse par les autres membres du groupe en les observant réagir à ladite communication. L'absence de l'autre au moment de la réception de la communication pourrait ainsi générer de l'équivoque sur la façon d'y réagir pour demeurer cohérent avec les autres membres du groupe lors de sa réponse. Puis, dans un deuxième temps, l'émetteur doit interpréter la rétroaction reçue sans avoir accès au récepteur. Il peut tenter de clarifier ses impressions, mais cette action

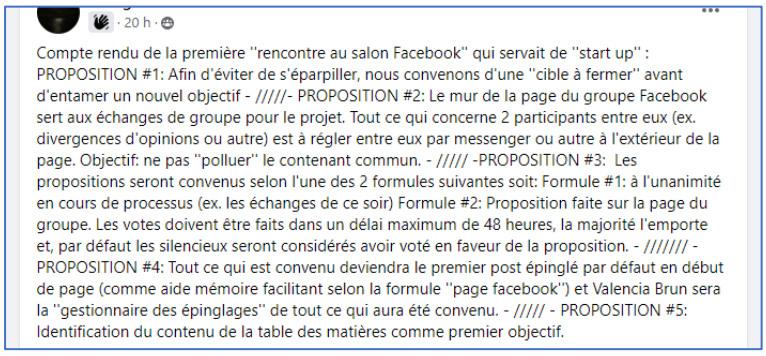
nécessitera davantage de communication et donc d'effort conscient de la part des parties en présence. Selon la forme que prendra cette communication, elle pourrait valider la compréhension de l'émetteur vis-à-vis du récepteur, mais elle pourrait aussi provoquer davantage de confusion si elle n'est pas effectuée de façon à réduire l'équivoque au sein de la relation. C'est donc dire qu'il y aurait des formes de publications et de commentaires plus adéquates que d'autres pour réduire l'équivoque, cependant les membres du groupe devront les développer au fur et à mesure de leurs interactions puisque celles-ci dépendent des participants en présence et de leur préférence communicationnelle.

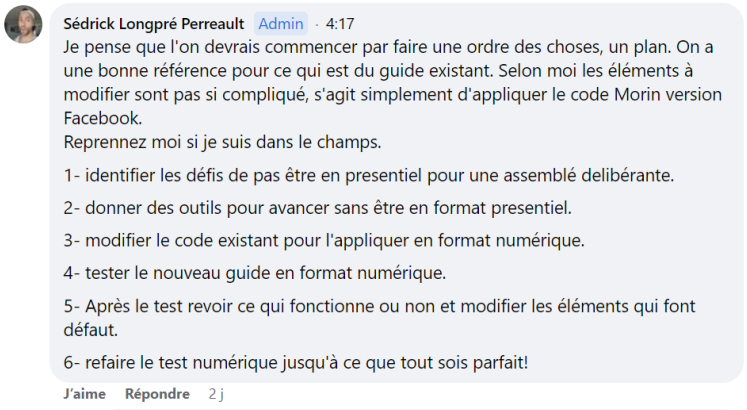
Ensuite, le fait de communiquer par écrit de façon asynchrone nécessite aussi un effort supplémentaire de la part de nos participants pour trois raisons spécifiques. Premièrement, pour l'émetteur, lorsqu'il produit sa communication, il devra prendre davantage de temps pour livrer le fond de sa pensée comme le soutien ce participant :

> Tu auras beau taper 102 mots minute, tu vas limiter ce que tu vas écrire parce que c'est long taper. Ça va me prendre dix minutes écrire quelque chose qui va me prendre une minute te dire. Donc, je coupe dans ce que je t'aurais dit puis je rédige plus rapidement.

Ce temps supplémentaire nécessaire pour écrire sa réflexion plutôt que de la partager oralement pourrait limiter la profondeur des échanges entre les membres du groupe s'ils n'accordent pas le temps adéquat pour créer leur publication ou leur commentaire. Deuxièmement, le dispositif utilisé semble aussi avoir un impact sur l'effort requis pour communiquer en ligne selon le niveau d'habileté du participant. Par exemple, certains ont mentionné que le fait d'écrire avec deux pouces sur un téléphone intelligent complexifie la tâche contrairement à l'utilisation de leurs dix doigts sur un clavier. Troisièmement, plus un texte écrit sera long, plus les récepteurs devront fournir un effort pour le consulter et plus ils auront des occasions d'interpréter différemment la communication ou d'en retenir seulement qu'une partie. Il faut donc à l'émetteur une capacité de synthèse importante pour clarifier son propos en le composant dans une forme suffisamment détaillée pour exprimer les nuances de sa pensée, mais de façon raisonnablement succincte pour intéresser le lecteur visé afin qu'il investisse le temps nécessaire pour le considérer. L'un de nos participants cite à ce sujet un érudit français pour résumer cet aspect : « J'aime bien citer Pascal là-dedans. Pascal il écrit à son ami en disant, je t'écris une lettre, mais je m'excuse, elle est trop longue,

je n'ai pas eu le temps de la faire plus courte. » Il ajoute qu'il n'est pas impossible de conserver l'attention de son lecteur avec une publication plus longue, mais qu'il sera essentiel pour y parvenir que cette communication soit bien structurée. L'émetteur pourra aussi utiliser un code pour organiser son texte afin que le récepteur puisse y faire référence dans sa réponse lorsque le contenu partagé est plus volumineux comme l'utilisation de numérotation ou de points de formes numériques. Les deux images subséquentes présentent des façons différentes d'organiser une publication en utilisant un code spécifique pour ordonner la pensée de l'émetteur et inviter les récepteurs à utiliser ce code dans leur réponse pour cibler le référant lié à leur réponse :





L'équivoque ainsi produite par la participation des membres au groupe *Facebook* est double. La première fait référence au contexte d'émission. L'émetteur ne sait pas, lorsqu'il produit sa communication, si les récepteurs qu'il souhaite rejoindre auront le temps et l'intérêt pour consulter sa communication. La deuxième est directement liée à la réception du message. Le récepteur ne prendra pas nécessairement le temps ni l'effort nécessaire pour valider sa compréhension de la

communication qu'il a consulté. L'interprétation demeurera subjective et potentiellement erronée dans ces conditions, ce qui est une autre forme d'équivoque induite par le fait de participer aux échanges d'un groupe sur *Facebook*.

4.1.4.4 La transformation de la signification de la position de leadership au sein du groupe

Nous avons aussi remarqué dans les propos de nos participants que l'action de créer une publication était fortement associée à une position de leadership au sein du groupe. Ce constat nous amène à réfléchir à son impact concernant la dynamique relationnelle sur les médias socionumériques dans un contexte de groupe et l'équivoque ainsi induite dans le fait d'initier les échanges au sein du groupe. En effet, la grande majorité des participants de notre expérimentation ne souhaitait pas se placer dans une position de leadership, préférant contribuer aux réflexions proposées plutôt que de les initier. Les raisons évoquées étaient toutes différentes, mais cette intention allait entraîner des répercussions plus importantes qu'anticipées. Cela est lié au fait qu'à titre de chercheur, je devais me positionner davantage comme observateur de la dynamique du groupe plutôt qu'à titre de leader de celle-ci. Cette seconde position potentielle semblait être attendue des participants de l'expérimentation dans le cadre de notre recherche. La conséquence de ce positionnement chez les participants est directement liée à la logique d'interaction que proposent les médias socionumériques, soit qu'en créant une publication, le participant se place immédiatement comme un initiateur d'une conversation. Il a ainsi l'impression d'orienter la direction des interactions du groupe. C'est justement ce qu'explique l'un de nos participants en ces termes :

> Entre la personne qui publie et la personne qui participe à la communication, il y a une différence. La personne qui publie ouvre un sujet automatiquement. Puis, c'est sûr que oui. C'est ça clairement qui définit qui est leader et qui ne l'est pas.

Un autre participant précise cette impression de cette façon :

> J'ai comme l'impression qu'il y avait comme un jeu de danse avec ça et finalement il ne s'est rien passé parce que c'est ça on est chacun derrière nos écrans. […] Tu attends que quelqu'un prenne le lead dans un sens et qu'il commence à dire quelque chose pour que ça reparte.

C’est donc dire que plus un participant agira comme initiateur, plus il sera perçu dans une position de leadership au sein du groupe. La plateforme, demandant à ses utilisateurs l’initiative de créer une publication pour interpeller les autres membres de son groupe, les force à se positionner comme leader des échanges s’ils publient sans quoi il n’y aura aucun échange au sein du groupe.

De plus, les actions associées au leadership diffèrent aussi dans un groupe *Facebook* comparativement au contexte hors ligne. Nos participants considèrent que ce rôle partage avec le contexte hors ligne les fonctions de coordinateur, d’animateur et de modérateur des échanges, mais que la stimulation de la participation en ligne s’effectuera de manière différente. Les personnes en position de leadership au sein du groupe auront accès à des fonctionnalités de modération que les autres membres du groupe ne pourront pas utiliser. À titre d’exemple, les administrateurs du groupe peuvent épingler les publications pour les rendre plus saillantes. Ils peuvent aussi agir sur l’accès des membres au groupe en expulsant et en acceptant les individus au sein de l’environnement du groupe. De plus, ils peuvent rédiger le guide des règles du groupe et choisir les fonctionnalités que les membres pourront utiliser comme le dépôt de fichier, la visibilité sur le guide, la sorte de notifications que les membres recevront et de nombreux autres paramètres du groupe comme la façon dont les commentaires seront organisés. Nos participants mentionnent que les personnes en position de leadership doivent posséder une meilleure compréhension des fonctionnalités disponibles au sein du groupe puisqu’ils auront le rôle de les utiliser plus fréquemment, de les initier ou d’accompagner un participant dans leur utilisation. La création d’un salon *Facebook* est citée en exemple. Mais en plus de l’aspect technique, les participants de notre recherche accordent aux leaders du groupe des rôles sociaux différents qu’hors ligne. Ils s’attendent, par exemple, à ce que les leaders surveillent l’activité du groupe et relancent les participants moins actifs ou ceux qui n’ont pas partagé leur vote sous un sondage afin de conserver l’unité du groupe. Ils accordent aussi au leader la responsabilité de ressentir l’ambiance du groupe, ce qui est plutôt complexe sur *Facebook* comme mentionné précédemment. Un participant explicite sa pensée à ce sujet :

> Dans une dynamique de groupe, encore là comme je disais, quand tu as une compétence d'animateur, tu le vois un moment donné que la personne est assise dans le fond là et elle n'a pas parlé tout le long. Donc, je vais aller la chercher. Je vais aller la solliciter. Mais là, si je veux faire ça dans un groupe *Facebook*, il faut que je comptabilise. Il faut que je recule dans le *timing* qui n'a pas parlé jusqu'à maintenant. Hey, c'est bien trop de temps. J'ai pas le temps de faire ça quand j'anime même si c'est en ligne, ça devient lourd comme gestion.

Ainsi, l'exécution du leadership dans un groupe sur *Facebook* se distingue de ce qui se vit hors ligne, mais il ne s'agit pas du seul aspect relié au leadership qui soit différent.

Un autre élément différenciateur de la position du leadership sur un groupe *Facebook* de ce qui se vit hors ligne est relié au processus d'assignation de ce leadership. Nous avons remarqué que ce processus génère aussi une équivoque importante puisqu'il combine les équivoques mentionnées plutôt, ce qui complexifie l'identification des leaders potentiels. C'est ce que souligne l'un de nos participants : « C'est sûr que c'est dur d'évaluer, comment je pourrais dire ça, le leadership, l'intérêt d'une personne quand on ne connaît pas non plus son *all around* de son horaire, son occupation. » Comme le processus d'affiliation prend plus de temps pour les raisons évoquées précédemment et que l'on a moins de visibilités sur le contexte individuel des membres du groupe, le processus d'assignation du leadership du groupe sera aussi plus long. Cependant, comme nous l'avons soulevé, sans leader, il sera difficile pour le groupe d'initier des échanges entre eux, ce qui retardera davantage le processus d'assignation du leadership au sein du groupe générant ainsi une équivoque importante à prendre en considération par les membres du groupe pour faire sens de leur participation au sein de celui-ci.

4.1.4.5 L'influence du *metavoicing* sur la communication au sein du groupe

Maintenant que nous avons mis en lumière l'équivoque induite dans la participation des membres par les affordances de visibilité du contenu et de collaboration massive dans une circonstance de communication écrite asynchrone, d'autres affordances influencent le niveau d'ambiguïté de celle-ci. Nous aborderons pour terminer cette section de notre analyse certaines affordances spécifiques au contexte de communication sur les médias socionumériques, soit le *metavoicing*, la persistance de l'information ainsi que l'association de contenu puisque, comme mentionné précédemment, ces

affordances relèvent directement de la communication. En ce qui concernant le *metavoicing*, nous concentrerons notre analyse sur deux éléments distincts, soit l'utilisation du bouton de réaction et l'utilisation d'émoticon dans une publication ou un commentaire. Ces deux sortes de *metavoicing* permettent aux membres d'un groupe sur *Facebook* de démontrer leur côté humain au dire d'une de nos participantes, mais ils diffèrent pourtant dans leur façon d'y parvenir.

Tout d'abord, en ce qui concerne l'utilisation du bouton de réaction, nous avons constaté lors de nos entrevues qu'il possède différentes connotations selon les participants. Le premier sens accordé à l'utilisation du bouton de réaction est celui de faire voir aux autres utilisateurs que nous avons consulté une publication ou un commentaire. Il sert en quelque sorte à signifier sa présence aux autres membres du groupe. Dans ces circonstances, le bouton de réaction utilisé est principalement le pouce en l'air. Mais, ce même bouton peut aussi signifier que l'on est en accord avec le fond du message communiqué auquel l'on réagit. Comme le souligne l'un de nos participants, l'utilisation du bouton de réaction peut aussi signifier ces deux aspects en même temps : « C'est reconnaître une action de quelqu'un pour dire bien, je l'ai lu ou j'endosse ou j'apprécie. C'est un peu tous ces termes. » C'est ce qui fait dire à l'un de nos participants : « ça laisse trop de place à l'interprétation, au manque de communication et de tout ce qui peut en découler après. » Une autre participante souligne que l'utilisation du bouton de réaction diffère de l'émoticon choisi pour réagir. Puisque *Facebook* propose le pouce en l'air, le cœur, l'icône de solidarité, le rire, la réaction de stupéfaction, la tristesse et la colère comme réactions possibles, certains participants accorderont une signification différente selon l'émoticon choisi pour activer le bouton de réaction. Par exemple, l'un de nos participants ne se sentirait pas confortable d'utiliser un bouton de cœur à un autre homme, car ce bouton j'adore est connoté amoureusement pour celui-ci alors qu'une autre participante considère que de laisser seulement un pouce en l'air est une façon de ne pas trop se commettre concernant le sentiment évoqué par le message auquel l'on réagit. Bref, chaque utilisateur possède un cadre de référence spécifique différent qui oriente leurs interprétations de l'utilisation du bouton de réaction, ce qui est une équivoque supplémentaire avec laquelle le groupe sur *Facebook* doit négocier.

Ensuite, selon l'expérience de nos participants, l'utilisation du bouton de réaction limite l'interaction et particulièrement la double interaction entre les membres du groupe sur *Facebook*

de plusieurs façons. Premièrement, les récepteurs de cette réaction ne peuvent pas y réagir à leur tour. Il est donc difficile pour eux de valider l'interprétation qu'ils en font par l'émetteur si le sens n'est pas déjà explicité à l'avance. Deuxièmement, certains de nos participants considèrent même que la possibilité d'utiliser le bouton de réaction dissuade plus globalement l'interaction entre les membres d'un groupe sur *Facebook* puisqu'ils ont l'impression qu'il est plus facile et rapide à mettre en œuvre que la rédaction d'un commentaire. C'est ce que soulève l'un de nos participants en ces mots : « Je n'approfondirai pas ma réponse. J'ai pas besoin d'approfondir. Je fais juste cliquer j'aime et ils vont comprendre que je suis d'accord. Donc, ça favorise la paresse intellectuelle. » Le bouton de réaction devient donc une alternative à la problématique soulevée plutôt concernant la charge reliée à l'écriture de commentaire pour répondre à une publication, mais évince par le fait même la possibilité d'une double interaction. Troisièmement, un autre participant souligne que le bouton de réaction, même s'il offre une option fâchée, n'est que rarement utilisé pour exprimer un désaccord. Il ajoute qu'il signifie personnellement son désaccord en n'effectuant aucune action vis-à-vis de la publication. Ceci est problématique pour la construction de sens à deux niveaux. Le premier est relié au fait que ce comportement possible de l'utilisateur ajoute un sens supplémentaire à l'inaction d'un membre dans un groupe sur *Facebook*. L'absence de réaction peut donc signifier que l'autre est présent et exprime son désaccord ou qu'il est présent et souhaite demeurer dans la position d'observateur ou encore qu'il est tout simplement absent et qu'il n'a pas reçu la communication comme nous l'avons mentionné précédemment. Le deuxième est lié au fait de réprimer son désaccord. Un groupe, pour construire du sens, doit avoir la capacité de prendre en considération les désaccords de ses membres afin d'orienter ses choix en éliminant des possibilités ayant moins de sens pour le groupe lors de la phase de sélection et de rétention. Si l'utilisateur réprime cette réaction potentielle, il évitera de nombreuses interactions engageantes, ce qui est une des conditions de la construction de sens selon Weick (Weick, 2001). Le groupe demeurera donc dans une certaine latence, en raison de l'équivoque ainsi induite, car ils seront incapables de discerner si les options partagées pour lesquelles il y a peu de réactions au sein du groupe le sont par désaccord des membres ou parce qu'ils n'ont pas consulté la publication en question. Quatrièmement, l'émetteur peut ne pas porter attention aux réactions ajoutées sous sa publication. Le commentaire étant plus saillant que l'utilisation du bouton de réaction. Le récepteur ne sait donc pas avec certitude si sa réaction aura rejoint celui à qui elle était destinée ni la façon dont elle l'a fait réagir à son tour. C'est ce qu'un participant explique en ces mots :

> Je ne peux pas dire que j'ai interagi avec eux autres. Ils m'ont peut-être lu. Ils ont peut-être *liké*. Moi, je ne vais pas voir qui a *liké*. J'ai vu trois *likes*. Je ne sais pas c'est qui qui a *liké*. Ils ont aimé pour signifier… ils ont interagi avec moi (en faisant des guillemets avec ses doigts) en disant ils approuvent, mais je ne sais pas c'est qui, je n'ai pas pris le temps d'aller voir. Est-ce qu'ils ont interagi avec moi, bin non, ça été à sens unique. Ils ont juste fait *like*. Il n'y a pas eu de rétroaction. Donc, ce n'est pas vraiment une interaction.

C'est donc dire qu'en permettant l'utilisation du bouton de réaction dans un groupe sur *Facebook*, la plateforme offre un choix plus rapide et facile à exécuter que le fait de rédiger sa pensée dans un commentaire. Cette alternative ne pouvant pas générer une rétroaction de la part des récepteurs coupera le dialogue ainsi que la double interaction potentielle si elle n'est pas accompagnée d'un commentaire. La plateforme encourage donc indirectement ses utilisateurs à limiter les significations complexes pour se réfugier dans des formes de communication générant davantage de réactions que d'interactions au détriment de renforcer la capacité de faire du sens pour ses utilisateurs, ce qui est une limite majeure et une autre équivoque importante générant de la confusion avec laquelle les membres d'un groupe sur *Facebook* doivent négocier.

Puis, l'autre aspect du *metavoicing* que nous avons exploré avec nos participants est le fait d'ajouter lors d'une publication ou d'un commentaire des émoticons dans la structure de son texte. Nous avons constaté que cette pratique pouvait être une tentative de reproduire la tonalité de la voix dans la communication écrite comme le mentionne ce participant : « J'ai tendance à mettre un bonhomme sourire à la fin parce que ça donne une tonalité au message pour dire qu'il n'y a pas de sarcasme. » D'autres participantes ont souligné qu'il s'agit d'une façon pour elles de moduler leur message en associant des émoticons comme des pictogrammes pour identifier certains mots utilisés comme dans l'exemple suivant.

Un autre participant accorde une fonction de structuration à l'utilisation des émoticons, mais mentionne que les membres d'un groupe doivent s'entendre sur leur signification et les coder entre eux, car sinon cette façon de les utiliser ne pourra pas se concrétiser au sein du groupe et demeurera un choix esthétique subjectif. Bref, nous comprenons que la possibilité d'ajouter des réactions ou des émoticons représente une innovation intéressante apportée par les médias socionumériques pour tenter d'imiter des aspects plus émotionnels de la communication humaine, mais que le succès de ceux-ci réside dans la capacité de ses utilisateurs à les mettre en œuvre convenablement comme élément de support à une communication plus explicite afin de ne pas perdre de richesse informationnelle dans les échanges.

4.1.4.6 L'influence de la persistance de l'information et de l'association de contenu sur la communication au sein du groupe

Au niveau de la persistance de l'information, nos participants nous ont partagé que cette affordance pouvait les aider à se souvenir des interactions au sein du groupe si celles-ci étaient organisées

convenablement grâce à l'association de contenu. Il s'agit d'un élément important permettant de construire du sens entre les membres du groupe puisque ceux-ci peuvent faire référence directement à des échanges passés pour soutenir leurs interprétations et valider leurs perceptions comme le souligne une participante : « Je trouve que ça peut favoriser l'engagement parce que l'information est là, elle est publique, elle ne bouge pas ». Encore faut-il que les participants puissent avoir le réflexe d'y faire référence et retrouver facilement la communication pertinente au moment où ils en auront besoin. Nous poursuivrons notre pensée au sujet de l'équivoque ainsi induite dans la section concernant l'association de contenu.

La principale équivoque induite spécifiquement par l'affordance de la persistance de l'information est qu'elle permet la création de nombreuses conversations en parallèle dans l'environnement de groupe. Chaque publication étant permanente, chaque membre peut venir y ajouter un commentaire au moment qu'il le souhaite, ainsi un échange sous une publication peut se dérouler sur une très longue période, tant que les membres l'alimenteront. Comme cette propriété est partagée par l'ensemble des publications, les membres pourront activer à tout moment des échanges passés. La chronologie de la vie du groupe sera donc davantage en mode polychronique, ce qui peut ajouter de la confusion dans la participation des membres aux échanges du groupe. Ici, la mémoire des membres du groupe aura aussi un impact important sur leur capacité à mobiliser cette affordance ou non.

De plus, une autre équivoque induite par cette affordance consiste à ne pas pouvoir anticiper ce que les membres du groupe pourront faire avec la publication ou le commentaire dans le futur. Ainsi, certains de nos participants sont plus réticents à partager sur des sujets sensibles par crainte d'être mal interprété ou que leur communication soit prise hors contexte pour leur nuire dans le futur. Le dernier élément pouvant créer de l'équivoque relié à l'affordance de la persistance de l'information concerne l'apparition des publications et des commentaires dans l'environnement du groupe sur *Facebook*. Certains de nos participants ont signifié qu'il arrivait parfois que tous les commentaires sous une publication ne s'affichaient pas ou que la plateforme les filtrait par pertinence en éliminant ceux ayant moins de réactions. Cette situation est directement reliée à l'importante quantité de publications et de commentaires au sein de l'environnement du groupe que provoque la persistance de l'information. Par souci d'économie d'espace numérique, la

plateforme peut être paramétrée pour restreindre le nombre de commentaires présentés aux membres du groupe. Cependant, il s'agit d'une problématique importante pour la vie du groupe comme le décrit l'un de nos participants :

> Imagine si on transpose ça dans une assemblée réelle, c'est comme si un commentaire que quelqu'un aurait dit que oups (fais un signe avec sa main vers les airs) parce que *Facebook* ou l'assemblée ou la plateforme a décidé qu'il y avait un maximum de commentaires qui pouvaient être dits, cette personne-là est disparue momentanément de l'assemblée.

Il s'agit donc ici d'un enjeu important de fiabilité de la plateforme. Celle-ci, pour permettre aux membres d'un groupe d'avoir confiance dans le lieu où ils communiquent, doit être configurée de façon à conserver intégralement les conversations générées dans son environnement de communication sans quoi la condition de visibilité associée à la construction de sens ne sera pas respectée.

Finalement, l'affordance de l'association de contenu a très peu été utilisée par les membres de nos groupes de recherche malgré qu'à titre de chercheur nous l'ayons mobilisé à deux niveaux, soit pour identifier une source d'information présente sur le web externe au groupe afin de compléter leur connaissance sur le Code Morin ainsi que par la mention de la possibilité d'utiliser les *hashtags* pour associer certaines publications à des sujets en particulier. Lorsque questionnés à ce sujet, nos participants nous ont mentionné que le *hashtag* n'avait pas été utilisé en raison du manque de connaissance sur la façon de le mettre en œuvre dans ce contexte particulier, du manque d'habileté à l'exécuter dans un environnement de groupe sur *Facebook* et parce que son sens n'a pas été entendu entre les membres du groupe ou qu'ils n'en sentaient pas le besoin pour leur utilisation dans le cadre de cette recherche. Cette situation implique indirectement que l'affordance d'association de contenu doit aussi être négociée au sein du groupe pour que son utilisation puisse être cohérente, ce qui implique que la signification de son utilisation est aussi imprégnée d'équivoque dans le contexte de participation des membres à un groupe sur *Facebook*.

4.2 La mise en œuvre du processus de construction de sens au sein de nos groupes

Maintenant que nous avons établi les sources d'équivoques spécifiques à la communication en groupe privé sur *Facebook,* attelons-nous à la tâche de répondre à notre première question de recherche spécifique, soit comment les individus d'un groupe arrivent-ils à faire sens collectivement des affordances présentes dans un groupe privé sur *Facebook* pour organiser leurs communications ? Pour y parvenir, nous aborderons les différents moments clés de la vie de nos groupes de recherche. Nous concentrerons notre attention sur ceux contenant de doubles interactions ainsi que ceux ayant été conciliés dans le guide produit par le groupe A. L'objectif de cette approche étant de cerner uniquement les constats réalisés par les membres des groupes de recherche entre eux et non de façon individuelle comme nous l'avons fait pour l'étape d'analyse contextuelle précédente.

4.2.1.1 S'introduire auprès des autres membres du groupe

Le premier moment de partage au sein des deux groupes fut la création de publications et de commentaires pour se présenter aux autres. Bien que le média socionumérique propose un profil personnel ayant cette fonction, nous avons évoqué précédemment ses limites perçues par nos participants. La majorité de ceux-ci ont considéré qu'écrire une brève introduction concernant leur présence était davantage justifiée puisqu'ils pouvaient cerner spécifiquement des informations utiles au groupe comme leur motivation à participer et leur vision du projet. Dans le groupe A, l'introduction s'est concentrée sur la création de publications alors que quatre membres ont procédé ainsi et que deux membres ont ajouté un commentaire tandis que dans le groupe B, la presque totalité des membres, soit six des sept membres, a ajouté un commentaire sous ma publication d'introduction du groupe. Dans les deux cas, les membres publiant ou répondant à la suite de la première introduction ont repris une structure similaire à celle de l'initiateur pour circonscrire leur communication tant au niveau de la forme que du fond. Ce fut la première tentative de faire sens de la composition du groupe. Nous constatons ici que le processus fait appel à un cadre de référence connu pour faire sens de la dynamique au sein du groupe, soit en se référant à une pratique hors ligne ou en utilisant la forme produite par un autre participant. Un participant nous explique la raison pour la première justification en ces termes :

> En fait, c'est comme, je te dirais, c'est une habitude formelle dans un sens dans un groupe de travail de se présenter même si comme tu dis il y a un texte qui me décrit. […] J'ai comme suivi un peu les autres personnes qui l'on fait avant qui se présentaient aussi un peu dans un sens. […] . Donc, même moi en étant au collège même si maintenant la plupart du monde me connaît, au début à chaque fois que j'allais dans des groupes de travail ou dans des départements différents, bon je me présentais.

Par la suite, les deux groupes ont suggéré d'organiser une rencontre en visioconférence pour apprendre à se connaître davantage et discuter au sujet de leur collaboration. Les membres des deux groupes ont tenté d'identifier au moins une personne possédant les habiletés nécessaires pour gérer le salon *Facebook*. Dans le groupe B, un participant a proposé une solution connue en dehors de l'environnement *Facebook*, soit l'application *Zoom* pour se rencontrer, ce à quoi j'ai spécifié que le groupe devait mobiliser les fonctionnalités présentes au sein du groupe *Facebook* pour communiquer entre eux comme stipulé dans les conditions de la recherche. Le réflexe de ce membre est aussi une tentative de mobiliser un cadre de référence connu pour aider à la construction de sens au sein du groupe. Pour parvenir à trouver une disponibilité commune, les deux groupes ont procédé différemment. Le groupe B a utilisé la fonction sondage en proposant certaines disponibilités alors que le groupe A a procédé par un échange de commentaires proposant leurs disponibilités sous la publication reliée à l'organisation de la visioconférence. Les deux groupes n'ayant pas réussi à rassembler tous les membres au même moment, certains n'étant tout simplement pas disponible au moment entendu et d'autres s'étant désistés juste avant la rencontre, ils ont tous deux convenus de tenter de poursuivre les échanges par écrit de façon asynchrone au sein de l'environnement du groupe sur *Facebook*.

4.2.1.2 Manœuvrer parmi les sources d'équivoques induites par le dispositif

Une fois que les groupes ont réussi à initier leur communication et à faire sens de leur composition, les membres présents lors du salon *Facebook* dans chacun de ceux-ci ont échangé pour définir la temporalité attendue concernant la communication asynchrone. Ils ont aussi désigné la ou les personnes à qui un rôle d'administrateur au sein du groupe sera assigné. De plus, les deux groupes ainsi rassemblés ont échangé sur leur perception du livrable et sur leur objectif commun au sein du groupe. C'est donc dire que la gestion de la temporalité et l'assignation du leadership sont des

éléments prioritaires lorsque l'on tente de faire sens au sein d'un groupe *Facebook* afin de réduire l'équivoque induite par l'environnement technique de communication.

À la suite des salons *Facebook* respectifs, chaque groupe a produit un compte-rendu des échanges dans une publication pour résumer leur compréhension de ce qui avait été entendu en visioconférence et pour informer les autres membres du groupe concernant la nature des échanges réalisés durant leur absence. Il s'agit d'une interaction attentionnée intéressante puisqu'elle démontre que les personnes en position de leadership dans les deux groupes ont utilisé l'affordance de persistance de l'information pour laisser une trace de leurs échanges. Leur objectif était double, soit celui de maintenir informés les membres absents pour qu'ils puissent partager leur avis sur les sujets échangés, mais aussi comme repère mnémonique pour que le groupe se souvienne des éléments entendus lors de la visioconférence. Il s'agit d'une combinaison intéressante des modes de communication pour compenser leurs lacunes respectives. En effectuant cette interaction engageante au sein du groupe, les personnes en position de leadership mettaient en œuvre le processus de construction de sens par le partage de leur compréhension des échanges et invitaient les autres membres à ajouter leurs interprétations respectives afin de consolider les éléments discutés.

La publication du groupe B était de nature informative et le texte était structuré en différents retours de chariot pour espacer les sujets distincts. Chacun débutait par un émoticon symbolique du sujet partagé. La publication du groupe A était de nature décisionnelle puisque chacun des éléments

partagés débutait par la mention qu'il s'agissait d'une proposition formelle. Le texte était condensé dans un seul paragraphe, mais les propositions étaient organisées par numéro.

La rétroaction reçue dans le groupe B fut l'utilisation du bouton de réaction du pouce en l'air, effectué par quatre personnes, et l'ajout de quatre commentaires de remerciement et de partage d'approbation concernant le sujet de la publication. Il n'y a eu aucune interaction sous les commentaires de cette publication. Dans le groupe A, la rétroaction fut différente alors qu'il n'y a eu aucune utilisation du bouton de réaction et que les membres du groupe ont ajouté sept commentaires adressant des éléments spécifiques de la publication au moyen des numéros utilisés. Un commentaire a généré trois commentaires subséquents, soit une double interaction. Les membres se répondant mutuellement pour clarifier leur position sur certains des éléments mentionnés et proposant des amendements. Nous remarquons ici que le fond plus formel utilisé dans la publication du groupe A a stimulé la double interaction puisqu'il s'agissait d'une interaction engageante possédant les trois conditions de la construction de sens amenant ainsi les membres à se positionner pour le futur du groupe. Par la suite, la dynamique des échanges dans les deux groupes fut plutôt différente.

Dans le groupe A, un participant plus effacé m'a contacté en privé via *Messenger* pour obtenir une clarification concernant l'objectif de la recherche. J'ai partagé au sein du groupe la question et ma réponse pour que tous et toutes puissent obtenir la même information. Cette publication de ma part a stimulé les échanges au sein du groupe puisque les réponses reçues en commentaire étaient très volumineuses dans lesquelles trois des sept participants ont partagé leurs impressions concernant le projet et la possibilité d'utiliser le groupe *Facebook* tel qu'imaginé dans la recherche. Cependant, les membres ont semblé davantage communiquer pour répondre à ma publication que de tenter de faire sens entre eux de leur réalité de groupe puisqu'aucun d'entre eux n'a répondu au commentaire des autres ni n'a laissé une réaction sous leur commentaire. Je reviendrai à ce sujet dans la section mentionnant les limites de ma recherche, mais cette interaction m'a fait comprendre l'importance du rôle de coordination et d'animation des échanges au sein du groupe tel que décrit précédemment. Deux jours plus tard, le membre du groupe A le plus actif a fait une publication dans laquelle il proposait une table des matières pour le guide basé sur sa compréhension de l'objectif du groupe. Les deux commentaires reçus furent pour donner leur accord à la proposition et ajouter un élément

à la table des matières proposée. Ces commentaires furent écrits par deux membres étant aussi présents lors du salon *Facebook* du groupe, ce qui suggère que le fait d'avoir vu et côtoyé en co-présence une autre personne lui donne une place plus importante dans l'esprit d'un membre du groupe qu'une personne avec laquelle elle n'aurait échangé que de manière asynchrone en voyant ses écrits et sa photo de profil. Cette impression est aussi associée au fait qu'une membre ayant manqué le salon *Facebook* a tenté à quelques reprises de proposer des façons intéressantes d'utiliser les fonctionnalités présentes sur le groupe *Facebook*, mais que celles-ci ont été ignorées par les autres membres du groupe. Lorsque j'ai questionné les membres présents au sujet de cette situation, certains m'ont mentionné que le fait que cette personne fut absente du salon *Facebook* créait un certain déphasage dans sa compréhension de l'évolution du groupe et que ses propositions avaient été ignorées pour lui témoigner ce déphasage.

La gestion du temps fut la principale préoccupation au sein du groupe. Un membre plus actif effectuait à certains moments des rappels sur l'échéance pour terminer le livrable du projet afin de stimuler les interactions. Pour économiser du temps, les échanges se sont concentrés sur la façon dont le groupe souhaitait collaborer. Certaines propositions plus procédurales furent écartées pour que l'attention de tous soit portée sur le contenu du livrable. Le groupe a alors convenu de rédiger de façon individuelle différents aspects du livrable et de mettre le tout en commun par la suite. Les thématiques proposées dans la publication concernant la table des matières ont été reprises dans un sondage lors d'une autre publication par une membre ayant un statut d'administratrice afin d'assigner volontairement la responsabilité de rédaction entre les membres de l'équipe sur chacun des thèmes entendus. Une semaine plus tard, le membre le plus actif a partagé un document *Word* avec les éléments de sa partie. D'autres membres ont partagé dans des publications distinctes leurs réflexions au sujet du livrable et de leur partie. Un membre a créé un *Google doc* pour rassembler les éléments partagés. Puis, le groupe est devenu silencieux pendant plusieurs jours. Un membre actif a annoncé son retrait du groupe pour des raisons personnelles.

Trois jours avant la fin de l'échéance initiale, j'ai partagé une publication vidéo dans le groupe pour faire le point et demander si les membres souhaitaient poursuivre l'expérience comme indiqué dans mon protocole de recherche. Mon objectif était de leur démontrer une autre forme de communication au sein du groupe puisque le groupe avait produit des documents qui reprenaient

essentiellement la procédure en contexte hors ligne lors de rencontres en visioconférence sans avoir réellement expérimenté les fonctionnalités présentes au sein du groupe en mode asynchrone. Quelques jours plus tard, un membre qui avait été jusque-là très silencieux a déposé un fichier contenant une proposition de guide. Il avait consulté et repris l'ensemble des éléments entendus entre les membres du groupe et avait ajouté sa propre compréhension basée sur son expérience. Il faut mentionner que ce membre possédait une connaissance plus approfondie des procédures reliées à une assemblée délibérante en raison de son occupation professionnelle. À ce moment, certains membres ont répondu en commentaire pour partager leur appréciation du travail et pour suggérer certaines modifications. Les modifications ayant été apportées, le membre a déposé le document comme fichier au sein du groupe. Il a créé un sondage pour valider le dépôt du guide et la finalisation du mandat du groupe. Quatre des six participants ont voté pour approuver le dépôt du guide mettant ainsi fin à leur expérimentation.

Il est intéressant de constater que la persistance de l'information fut l'affordance la plus sollicitée dans le contexte asynchrone particulièrement en lien avec la production du guide par le membre moins actif dans la première portion de l'expérimentation. De plus, les principaux échanges entre les membres ont concerné le processus de création du livrable même si ceux-ci ont peu exploré les fonctionnalités présentes au sein du groupe *Facebook*. La construction de sens entourant la présence et les délais de participation furent aussi un élément important de la vie de ce groupe, les membres actifs cherchant à comprendre à partir de quel moment l'absence de réponse d'un membre pouvait être considérée comme une absence au sein du groupe.

De son côté la dynamique du groupe B fut différente, le groupe ayant de la difficulté à créer des doubles interactions en mode asynchrone. Les membres s'étaient pourtant entendus, dès la rencontre dans le salon *Facebook*, pour poursuivre la collaboration de cette façon, cependant peu d'entre eux initiaient de publications et il y avait très peu de commentaires sous celles qui étaient publiées. De plus, ces commentaires ne recevaient souvent aucune réponse écrite en retour. Le groupe est demeuré silencieux ainsi durant plus d'une semaine. Voyant cette inaction et l'échéance initiale arrivée, un membre a proposé une prolongation des travaux. Cette proposition a reçu un avis favorable de l'ensemble des participants. Ils ont alors tenté de créer une nouvelle rencontre dans un salon *Facebook* pour partager leurs impressions de la tâche et s'organiser pour rendre le

livrable. Au sein de ce groupe, les seules doubles interactions significatives l'ont été pour tenter de coordonner des moments communs de rencontre, ce qui fait dire à un participant : « au lieu de voter pour trouver un temps pour se rencontrer, si on avait juste voté pour des points… tu comprends tu… la fonctionnalité du vote aurait dû être utilisée pour faire avancer les points et non pour pouvoir se rencontrer ». Lors des tentatives de rencontres, certains membres ayant confirmé leur présence se désistaient à la dernière minute ou ne se sont pas présentés, ce qui a eu un impact négatif sur le moral et la motivation des autres membres présents.

Ce groupe a aussi eu de la difficulté à gérer la signification de l'absence de réponse de certains membres concernant leur présence au sein du groupe. À ce sujet, j'ai dû activer à trois reprises mon protocole d'inactivité à la suite d'une absence de participation de plus de 7 jours, dont deux fois pour le même membre. De plus, un des membres en position de leadership a dû se retirer du groupe pour des raisons personnelles. Ensuite, lors d'une rencontre en visioconférence, les membres présents ont choisi d'utiliser un *Google doc* pour partager leurs réflexions sur le livrable. Cette décision fut prise en raison de l'interprétation des membres concernant le format du livrable, soit un guide. Cette décision a amené les membres à cesser de partager via le groupe *Facebook* et leur contribution s'est concentrée sur le *Google doc*, ce qui est contraire à ma demande initiale pour cette expérimentation. J'ai tenté d'orienter le groupe vers la fonction guide au sein du groupe *Facebook,* mais cette suggestion a été ignorée. Les membres du groupe se sont donc appuyés sur un cadre de référence déjà connu et maîtrisé pour le travail à distance, soit le *Google doc*, ce qui les a empêchés de mettre en œuvre la forme de collaboration proposée par l'environnement du groupe privé sur *Facebook*. Comme nous l'avons mentionné précédemment, cette situation s'explique puisque les membres du groupe ont attaché à la fois la phase de mise en œuvre et de sélection à un référent passé puisqu'aucun membre du groupe ne possédait la connaissance ni n'avait d'expérience sur la façon de collaborer uniquement dans l'environnement *Facebook*. Ils n'ont donc pas créé les conditions pour voir émerger une nouvelle conception pour remplacer leur référent antérieur dans les circonstances, ce qui a limité leur capacité à collaborer.

Voyant que le groupe avait de la difficulté à s'organiser et semblait bloqué dans leur tentative d'organiser des rencontres en visioconférence, j'ai produit une publication vidéo comme dans le premier groupe pour leur partager mes impressions sur l'avancement de leurs travaux. Il s'agit de

la publication ayant eu le plus de commentaires de la part de l'ensemble des participants. Les commentaires étaient constructifs et il y avait des réponses sous les commentaires, soit des doubles interactions. Une série de doubles interactions concernaient la proposition d'un membre absent des rencontres en visioconférence. Les autres tentaient de recadrer ces propositions selon les éléments discutés lors des rencontres en visioconférence, ce qui est similaire à la situation du premier groupe et m'amène à croire à l'effet de distance relationnelle plus éloigné pour les membres qui ne sont pas en mesure de participer aux visioconférences. Dans cette publication vidéo, je proposais aussi de remplacer le membre qui avait dû se désister et prendre un rôle de coordination plus important, ce qui a été reçu avec enthousiasme par la part des membres.

À la suite de ma vidéo, un membre qui s'était engagé à créer les publications pour échanger sur les sujets à aborder au sein du guide, mais qui ne l'avait pas fait, a écrit au groupe pour signifier qu'il se retirait du groupe. Un autre participant a publié qu'il serait absent dans les semaines suivantes en raison de ses vacances et du manque de réseau là où il se retrouverait, ce à quoi a répondu un autre participant qu'il serait dans la même situation pour les trois semaines suivantes. En rendant explicite ma participation et en prenant un rôle associé au leadership, le choix de participer aux échanges futurs devenait davantage irrévocable puisque j'allais effectuer des suivis concernant les engagements ayant été pris. Cette condition d'irrévocabilité reliée au processus de construction de sens a influencé certains membres à rendre visible leur condition de participation, ce qui n'était pas nécessaire auparavant puisque leur engagement à participer à cette expérience m'était relié.

Par la suite, nous avons convenu un moment de rencontre en visioconférence avec les membres demeurant actifs puisque ce moment avait déjà été planifié par le groupe pour faire état de la situation. Il y a eu à nouveau quelques absences de dernière minute à cette rencontre. J'ai donc proposé aux gens présents de terminer l'expérimentation malgré le fait que le guide n'avait pas été entamé et qu'ils avaient échangé à ce sujet durant 40 jours. Les membres présents ont considéré cette proposition convenable. J'ai donc fait l'annonce à l'ensemble des membres du groupe concernant la fin de l'expérimentation dans une publication à laquelle trois membres ont ajouté une réaction.

4.2.1.3 L'impact du cadre de référence initial des membres du groupe

La réalité du groupe B m'a fait réaliser l'importance du cadre de référence initial des membres concernant la fonction de la technologie utilisée pour communiquer. La majorité des membres de ce groupe considérait *Facebook* comme un outil de divertissement personnel et non comme un outil de travail contrairement à ceux du groupe A. Ce cadre de référence a teinté leur relation avec les autres membres du groupe et la façon dont ils consultaient le contenu au sein du groupe. Un membre moins actif m'a explicitement confirmé lors des entrevues avoir eu peu de temps pour consulter les publications et les commentaires au sein du groupe. Un autre enjeu présent dans le groupe B pour organiser leur rencontre en visioconférence est qu'ils attendaient les réponses de tous les membres avant de prendre une décision et que certains d'entre eux consultaient très rarement les publications du groupe ou qu'ils accédaient au groupe uniquement à partir de leur fil d'actualité ou leur fil de notification, ce qui est limitant pour leur participation telle que présentée précédemment. Cette situation amenait un délai dans leur réponse et donc une lenteur dans le processus de collaboration. La réalité de ce groupe me permet aussi de comprendre que la fonction de coordination au sein d'un groupe peut être mobilisée avantageusement dans un groupe *Facebook* en raison de son aspect fonctionnel, mais que pour y parvenir il faut s'entendre sur la connotation de notre absence de réponse concernant notre participation au groupe et la temporalité de celui-ci pour ne pas ralentir la progression des membres actifs. Il s'agit d'un enjeu similaire vécu dans le groupe A. Cette réalité m'a permis de comprendre l'importance concernant la façon d'accéder au groupe ainsi que l'élément le plus influent sur la collaboration au sein d'un groupe *Facebook*, la motivation des membres à y investir des efforts et de leur temps. Cette réalité m'a aussi fait comprendre qu'en collaborant sur *Facebook* dans un contexte expérimental comme celui-ci, la pression à l'engagement n'est pas ressentie directement et qu'elle est plutôt intrinsèque. Un participant m'ayant confirmé ne pas avoir respecté son engagement de produire les publications pour amorcer les échanges au sein du groupe parce qu'il ne subirait pas de conséquence s'il ne respectait pas cet engagement. Sans cette pression à l'engagement, la présence et la participation ne sont pas irrévocables, ce qui est une condition nommée par Weick pour le processus de construction de sens (Weick, 2001). De plus, les nombreux retraits de participants avant la fin de l'expérimentation et les absences ressenties entre les membres représentent des symptômes reliés à la faciliter pour les membres du groupe de se désengager vis-à-vis des autres puisque leur

présence n'est pas complètement visible au sein du groupe, ce qui est une autre condition mentionnée par Weick pour développer l'engagement. Enfin, cette situation m'a permis de comprendre que selon le cadre de référence technologique de chacun, certaines formes de communication peuvent sembler plus simples à exécuter et que pour cette raison celles qui semblent plus complexes deviennent moins intéressantes à utiliser comme l'a partagé un participant :

> Et je me suis dit dans ma tête. Un ça va être trop long de lui expliquer puis deux, ce que je vais lui dire, je ne vais pas faire mieux que les autres outils ou les autres façons qu'il pourrait le faire ailleurs par lui-même. Donc, ma contribution versus le temps que ça va me prendre et le temps que j'ai pour ça. Déjà, que je n'ai pas beaucoup de temps pour ça. Je me suis dit bon, on va avoir une autre rencontre et il va être là et puis voilà.

Ainsi, l'incapacité du groupe B à produire son livrable vient, selon mon analyse, du fait que le groupe s'est ancré dans leur cadre de référence préalable concernant l'outil de communication utilisé, qu'il n'a pas été en mesure d'explorer les fonctionnalités présentes au sein du groupe par manque de connaissances sur celles-ci, mais aussi parce que l'interaction en visioconférence semblait plus facile que celle par communication écrite asynchrone et que certains membres du groupe ne ressentaient pas de pression à collaborer en raison du manque de co-présence des autres participants. Ils n'ont donc jamais été en mesure de négocier leur propre cadre de référence technologique et de faire sens en groupe de l'équivoque ainsi induite pour trouver une façon commune d'échanger qui conviendrait à la fois aux participants et au contexte de l'expérimentation.

4.3 Communiquer adéquatement en contexte de groupe sur *Facebook*

Maintenant que nous avons répondu à notre première question en évoquant les sources d'équivoques spécifiques au contexte de communication en groupe sur *Facebook* et en analysant le processus de construction de sens entre les participants de notre expérimentation, nous pouvons nous consacrer à répondre à nos trois autres questions de recherche. Nous cherchons à comprendre dans un premier temps quelles combinaisons d'affordance contribueraient à l'augmentation d'interactions attentionnées entre les membres d'un groupe privé interagissant uniquement sur les

médias socionumériques. Dans un deuxième temps, nous voulons comprendre comment nous pourrions tenir compte de la transformation spatiotemporelle de la communication en groupe permise par les interactions sur les médias socionumériques et le concept d'affordance pour créer un guide de procédure d'assemblée délibérante en ligne. Nous choisissons de traiter les réponses à ces questionnements spécifiques dans la même section pour deux raisons. La première est reliée au fait que nos deux groupes d'expérimentation n'ont pas atteint un stade de développement de leur groupe suffisamment avancé pour aborder ces questionnements entre eux. Notre analyse se basera donc uniquement sur notre connaissance et nos observations de leur dynamique. La deuxième est associée au fait qu'en raison de notre expérience relative à cette expérimentation, nous considérons que les réponses à ces questions seront complémentaires puisqu'elles abordent le potentiel communicationnel d'un point de vue social ainsi que d'un point de vue technique.

4.3.1.1 Augmenter les interactions attentionnées entre les membres d'un groupe sur *Facebook*

Comme nous avons assisté à très peu d'interaction attentionnée au sein de nos deux groupes d'expérimentation, nous considérerons seulement celles que nous avons pu observer pour cette portion de l'analyse. Nous avons remarqué une utilisation récurrente d'une combinaison d'affordance au sein de nos groupes, soit, lors de la réponse à une publication, l'ajout d'une réaction spécifique en utilisant l'affordance du *metavoicing* pour communiquer le sentiment généré par la publication, puis l'ajout d'un commentaire pour cadrer la signification de cette réaction. Dans certaines circonstances, pour rendre la rétroaction plus spécifique, l'utilisation de l'association de contenu du *tag* pour interpeller et générer une notification à la personne concernée a été ajoutée dans le commentaire.

Au niveau de la rédaction d'une publication, ce que nous avons constaté est qu'une publication doit être organisée pour faciliter la lecture de l'audience. Idéalement, une publication ne devrait traiter que d'un seul sujet, mais si celle-ci est un compte-rendu, les différents éléments doivent être séparés de façon à pouvoir y faire facilement référence lors d'une rétroaction. En combinant l'organisation de la communication ainsi avec le *metavoicing*, soit associer aux différents éléments des émoticons particulier, l'émetteur suscitera davantage l'attrait de la publication auprès des récepteurs potentiels. Cette combinaison semble interpeller à la fois les fonctions cognitives et

émotives du récepteur puisque le fond du message est un élément raisonnable alors que les émoticons ajoutent un aspect esthétique permettant une plus grande appréciation de la forme du contenu partagé. De plus, en utilisant la fonction servant à épingler la publication au début du fil de publications du groupe, l'administrateur pourra rendre cette publication plus saillante et inciter ainsi les participants à y contribuer de façon attentionnée.

La combinaison de différents modes de communication pourrait aussi permettre une plus grande clarté au sein du groupe et conséquemment davantage d'interaction attentionnée. Lorsque nous avons utilisé la fonction vidéo pour créer une publication plutôt que d'écrire le message que nous voulions partager, ces publications ont généré davantage de doubles interactions contrairement à celle où le partage se faisait à l'écrit. Cette situation m'amène à croire que le récepteur a moins d'effort à déployer pour consulter le contenu de la publication vidéo en raison de sa plus grande richesse d'information perçue, ce qui lui laisse davantage d'énergie pour communiquer sa rétroaction. Il est certain cependant que cette abondance de rétroaction ne représente pas la norme puisque nous avions un pouvoir d'influence plus grand sur les participants en raison de notre position de chercheur et parce qu'ils s'étaient engagés à participer à notre recherche auprès de nous spécifiquement.

Nous avons aussi identifié différents éléments de développement technique potentiel pour améliorer l'expérience d'un groupe privé sur *Facebook*. Le premier élément est directement lié à la fiabilité des fonctionnalités au sein de la plateforme. Notre expérimentation nous a permis de constater que l'affichage de messages ou de notifications pouvait poser problème sur le plan technique. La conséquence de ce manque de fiabilité au sein de l'environnement de communication amène une confusion pour ses utilisateurs et une perte de confiance dans son utilisation future.

Le deuxième élément est associé à l'affordance d'association de contenu. La plateforme pourrait lors d'une publication demander à l'émetteur d'identifier le sujet de la publication et ainsi générer automatiquement un *hashtag* pour la retrouver dans le futur. Ces *hashtags* pourraient être listés dans une section spécifique pour faciliter la navigation au sein du groupe tel un lexique et adresseraient l'enjeu de confusion relié à l'abondance de publications associées à l'affordance de persistance de l'information. Cette nouvelle fonctionnalité pourrait aussi aider l'utilisateur à

s'informer pour savoir si le sujet a déjà été abordé lors d'autres communications et adresser spécifiquement sa communication à l'endroit approprié plutôt que de créer un nouveau fil d'échange distinct au sein du groupe. Les utilisateurs pourraient aussi personnaliser le type de notifications reçues au sein du groupe en association avec certains *hashtags* à leur profil pour demeurer informé de ce fil de communication.

Le troisième élément est associé au fait qu'un membre du groupe peut ne pas se souvenir des communications qu'il a consultées dans le passé. La première option pour adresser cette problématique concerne davantage l'utilisateur que la plateforme. Celui-ci pourrait à chaque fois qu'il a consulté une publication ou un commentaire ajouter une réaction grâce au *metavoicing*. Il aurait ainsi accès à cette action dans le futur pour distinguer les publications lues des nouvelles publiées, mais comme nous l'avons mentionné précédemment, les utilisateurs du groupe devraient alors s'entendre sur la signification de l'utilisation de cette affordance de cette manière et ils devraient tous ajouter ce rituel dans leur façon de consulter le contenu du groupe. Avec notre expérimentation, nous avons observé que cette demande supplémentaire effectuée auprès des utilisateurs pourrait être ignorée par ceux-ci. Il serait donc intéressant que par défaut la plateforme indique le moment de la première consultation d'une publication ou d'un commentaire de l'utilisateur au sein de la publication, ce qui serait un rappel mnémonique intéressant pour faire sens du déroulement des échanges. La plateforme identifie actuellement le nombre de personnes ayant vu la publication, mais nous ne pouvons pas identifier ces personnes et comme nous l'avons présenté précédemment, si la personne consulte les activités du groupe à partir de son fil d'actualité, il se peut qu'elle ait manqué la publication en faisant défiler rapidement les publications de son fil d'actualité.

Le quatrième élément fait référence à l'impossibilité d'enregistrer une visioconférence dans un salon *Facebook* au sein du groupe. Si la plateforme permettait de partager ces moments de la même manière que les utilisateurs peuvent partager une publication vidéo, les membres absents pourraient assister aux échanges ayant eu lieu en leur absence, ce qui leur permettrait d'y réagir et d'en être conscients. Nous avons indiqué que le mode de communication en visioconférence permettait des échanges d'information plus riches entre les participants. En permettant l'enregistrement et la diffusion d'un salon *Facebook* au sein du groupe *Facebook*, la plateforme encouragerait donc la

volonté des membres à interagir entre eux. Les membres du groupe pourraient, lorsque la situation le permet, se rassembler dans le salon *Facebook* de façon périodique et ceux absents pourraient utiliser la communication écrite asynchrone pour participer aux échanges s'étant déroulés dans ce salon *Facebook* à un autre moment.

Le cinquième élément serait que la plateforme demande à l'utilisateur d'ajouter un commentaire lorsqu'il utilise le bouton de réaction. Elle l'encouragerait ainsi à spécifier la signification de l'utilisation de son bouton de réaction invitant donc l'utilisateur à préciser l'effet perçu de la publication ou du commentaire. L'utilisateur aurait toujours la possibilité d'ignorer cette invitation de la plateforme, mais cette action pourrait attirer son attention sur cette possibilité et ainsi augmenter le nombre d'interactions attentionnées comme mentionné précédemment. Enfin, la plateforme pourrait proposer aux administrateurs des publications génériques basées sur l'expérience de l'ensemble des utilisateurs de la plateforme pour aider les leaders à initier des échanges entre les participants en s'inspirant des meilleures pratiques à ce sujet, ce qui réduirait la charge d'animation et favoriserait l'interaction entre les membres du groupe.

4.3.1.2 La complexité associée à l'organisation d'une assemblée délibérante sur *Facebook*

Étant donné le contexte de notre expérimentation, soit qu'il n'y a qu'un seul groupe qui a produit un guide d'assemblée délibérante et que celui-ci a été produit par un seul membre à la suite de sa consultation des échanges des autres membres, nous considérons que notre expérimentation ne nous a pas fourni suffisamment de données pour répondre à notre troisième question spécifique de recherche. Nous voulions comprendre comment pourrions-nous tenir compte de la transformation spatiotemporelle de la communication en groupe permise par les interactions sur les médias socionumériques et le concept d'affordance pour créer un guide de procédure d'assemblée délibérante en ligne. Nous référons le lecteur vers l'annexe A de ce mémoire afin de consulter les éléments du guide déposé par le groupe A puisque celui-ci contient des propositions intéressantes. Celles-ci n'ayant pas été testées par les participants, nous ne pouvons pas confirmer le fonctionnement de la démarche imaginée. Ce guide propose cependant une dynamique de participation et une démarche décisionnelle théoriquement pertinente en mobilisant une combinaison de différentes affordances. Il aurait été intéressant d'expérimenter cette dynamique et de la bonifier à partir de l'expérience des participants, mais comme nous l'aborderons dans les

limites de notre recherche, nous croyons que nos participants ne possédaient pas suffisamment de connaissances techniques reliées à l'organisation d'une assemblée délibérante ainsi qu'aux fonctionnalités de la plateforme pour combiner l'ensemble des possibilités à ce sujet dans l'environnement technique étudié. Nous avons utilisé la forme d'une assemblée délibérante à titre d'analogie pour amener les participants de cette recherche à expérimenter le processus décisionnel au sein d'un groupe *Facebook* puisque celle-ci est déjà normée et encadrée par le Code Morin. Au début de notre expérimentation, nous avions l'impression que ce cadre serait suffisant pour agir à titre de référent sur le processus de structuration d'un groupe, mais nous avons constaté que l'équivoque induite par le contexte de communication au sein du groupe *Facebook* était trop importante pour que nos participants puissent la dépasser et collaborer à l'exécution de leur mandat. Nous demeurons confiants que le contexte de communication des médias socionumériques pourrait s'ajuster à la réalité d'une assemblée délibérante, mais nous avons découvert que pour y parvenir, les utilisateurs devraient être formés à la fois au sujet des différentes fonctionnalités disponibles au sein du groupe *Facebook*, mais aussi et surtout aux comportements attendus d'une audience lors d'une assemblée délibérante. Sans ce cadre normatif pour encadrer l'utilisation de la plateforme au contexte particulier des assemblées délibérantes, nous croyons que l'environnement de communication que proposent les médias socionumériques est encore trop complexe et que les liens que l'on y crée sont trop lousses pour qu'intuitivement les utilisateurs mobilisent ses fonctionnalités vers cette finalité.

4.4 Les limites de notre recherche

Lors de notre revue de littérature, nous avons mentionné que les groupes sur *Facebook* se comportaient davantage comme une communauté épistémique rassemblée autour d'un thème ou d'un sujet dans lequel le membre crée peu de liens avec les autres utilisateurs. L'objectif du participant étant d'échanger sur le sujet de son choix plutôt que de développer un sentiment d'appartenance envers d'autres individus. Notre recherche propose plutôt de comprendre le groupe privé sur *Facebook* comme un lieu numérique sur lequel les membres inscrits peuvent y déposer des messages à l'intention des autres et ainsi collaborer pour atteindre un objectif commun. Nous avons aussi expliqué qu'au moment de réaliser notre revue de littérature, il existait peu de recherches croisant les champs de la communication organisationnelle de l'étude des groupes

restreints et ceux de la communication intermédiée par les médias socionumériques et encore moins s'intéressant au processus de construction de sens entre les membres d'un groupe communiquant exclusivement sur ceux-ci. N'ayant que très peu de références scientifiques pour appréhender ce phénomène innovant, notre recherche comporte certaines limites relatives à notre démarche qualitative de collecte de données que nous adresserons dans cette section.

La première limite fait référence à l'expérimentation vécue par nos participants et particulièrement aux conditions de participation. Les participants de cette recherche ont été placés dans une situation expérimentale comportant un niveau élevé d'ambiguïté en raison de nombreux éléments inconnus, ce qui a affecté leur implication au sein de leur groupe. Tout d'abord, les groupes en eux-mêmes étaient composés de gens ne se connaissant pas au préalable afin d'éviter que cette possibilité influence leur participation au sein de l'expérimentation. N'ayant aucune affinité relationnelle préexistante, leur implication au sein de l'expérimentation ne provenait donc pas d'un besoin d'être relié aux autres membres de leur groupe puisque l'autre n'était perçu que comme un accessoire pour la collaboration dans le cadre de cette recherche plutôt qu'une partie prenante influençant l'irrévocabilité des choix faits au sein du groupe. N'ayant pas d'enjeu ou de besoin commun, il n'y avait donc pas de liens émotifs entre les participants pouvant affecter leur participation puisque le choix d'être dans ce groupe spécifique était imposé par le cadre de la recherche plutôt que par un contexte propre associé à la volonté de chaque individu. Weick souligne que le processus de construction de sens au sein d'un groupe doit s'appuyer sur trois conditions essentielles, soit le choix, l'irrévocabilité et la visibilité. À la suite de notre expérimentation, nous comprenons, grâce à son application pratique, que le cadre expérimental de cette recherche ne permettait pas aux participants de ressentir complètement l'influence de ces trois conditions telle que nous l'avions assumé en théorisant notre expérimentation. C'est justement ce que soutient un participant en ces mots :

> C'est comme une communauté qui était un peu artificielle. Le fait qu'elle soit un peu artificielle a fait en sorte qu'il n'y a pas eu de grand sentiment d'appartenance ou qui a fait en sorte que les gens ont voulu davantage s'épauler ou davantage prendre le lead.

Ce contexte fabriqué jumelé au fait que les relations sur les médias socionumériques sont moins présentes n'a pas généré suffisamment de pression à l'affiliation et à l'interinfluence pour surpasser

l'exigence ressentie d'interpréter les différentes sources d'équivoques induites par le dispositif ayant un impact négatif sur le processus de construction de sens. L'énergie exigée par la plateforme pour comprendre la logique d'interaction de son environnement de communication en groupe était plus importante que leur besoin de réaliser l'objectif avec les autres participants présents puisqu'ils ne se connaissaient pas et n'allaient pas poursuivre leur relation au-delà du cadre expérimental.

Ensuite, nos participants n'ayant jamais utilisé un groupe *Facebook* pour développer un processus décisionnel entre eux, la tâche de créer un guide pour organiser une assemblée délibérante pouvait être perçue comme complexe. Une majorité de membres nous ont confié qu'ils participaient à cette recherche pour apprendre le processus d'une assemblée délibérante. N'ayant pas cette connaissance au préalable, il fut difficile pour eux d'imaginer la mise en œuvre des fonctionnalités pour créer un cadre asynchrone d'assemblée délibérante n'ayant pas de référent pertinent au préalable sur lequel s'appuyer pour construire le sens de l'utilisation de la plateforme de média socionumérique.

Enfin, concernant cette première limite, la grande majorité des participants ont admis qu'au moment de leur inscription, ils surestimaient leur connaissance et leur habileté au sujet des fonctionnalités d'un groupe sur *Facebook*. L'expérience leur a fait réaliser qu'ils peuvent mobiliser les fonctionnalités présentes de différentes manières dans leur utilisation de *Facebook*. Ces éléments inconnus peuvent aussi représenter une limite importante pour notre recherche puisque comme le soutient Weick, pour construire du sens entre des individus, ceux-ci doivent retenir légèrement leur propre signification de la situation et que pour y parvenir, ils devront s'appuyer sur un processus de mise en œuvre ou de sélection ayant fonctionné par le passé et accepter que l'autre processus ne s'appuie pas sur leur expérience passée (Weick, 2001). N'ayant pas de référent passé spécifique à l'expérimentation à laquelle ils participaient sur lequel ils pouvaient s'appuyer, le processus de construction de sens a généré davantage de confusion que de clarté pour les participants limitant ainsi leur participation, ce qui a affecté l'ensemble de l'expérimentation imaginée et la motivation de participer de certains membres des groupes de recherche. C'est ce que résume l'un de nos participants en ces mots : « j'avais l'impression qu'il y avait beaucoup de participants qui étaient perdus. Ça, ça ne me tentait pas de gérer ça. » Un deuxième participant ajoute : « on s'est peut-être tous un peu engagé sans vraiment savoir à quoi on s'engageait. » Un troisième précise ainsi : « Pourquoi, je pense qu'on est resté dans l'introduction, c'est qu'on est

resté autour de définir c'était quoi l'approche. On est resté autour de comment est-ce qu'on va faire le projet sans vraiment se mettre les pieds dans l'eau. » Ce témoignage fait écho aux propos d'un quatrième participant : « il fallait instaurer un mode, nous comment on se gère dans la délégation des responsabilités parce que ça si on ne le faisait pas, ça ne se faisait pas tout seul. » C'est la raison pour laquelle nous avons publié un document de référence pour les procédures d'assemblée délibérante, le Code Morin, au sein du groupe afin que le groupe puisse s'appuyer sur cette base pour construire son sens au sein de l'expérimentation, mais cette source n'a pas été utilisée ainsi par les membres des deux groupes comme le stipule un participant en ces termes :

> On aurait pu clairement présenter d'autres façons de faire, exemple, je ne sais pas moi, on ouvre le code Morin en référence. Bon bien, le point 1.1, exemple, est-ce que c'est applicable sur *Facebook* ? Oui, non, pourquoi, bon le monde qui *like* oui, le monde qui… je ne sais pas moi. On aurait pu mettre ça comme ça et après ça élaboré sur qu'est-ce qu'on pourrait changer pour qu'on améliore ça.

Bien que certains participants m'aient posé des questions de clarification auxquelles j'ai répondu le plus clairement possible, lors des entrevues, de nombreux participants m'ont mentionné qu'ils avaient eu de la difficulté à comprendre ce qui était attendu d'eux. Certains se sont donc concentrés sur la forme du livrable, le résultat, et d'autres ont axé leur participation sur le processus, mais aucun n'a effectué de publication pour que l'ensemble des membres du groupe partage sa compréhension du mandat afin de faire sens ensemble de ce qui était attendu d'eux.

La seconde limite que nous aborderons découle de la première. À titre de chercheur, je ne voulais pas influencer avec mes connaissances et mes habiletés le processus de construction de sens des groupes de recherche. J'ai donc adopté une position d'observateur laissant au groupe la possibilité de gérer eux-mêmes leur dynamique. J'ai amorcé les échanges au sein du groupe en initiant le groupe et en créant la première publication, mais je me suis effacé par la suite, participant seulement lorsque j'étais interpellé pour répondre à une question ou lorsque le groupe était devenu inactif durant plusieurs jours consécutifs, soit environ sept, pour tout de même laisser le temps aux membres de constater l'inactivité et de l'adresser au sein du groupe. Lors des entrevues, plusieurs participants m'ont partagé qu'ils s'attendaient à ce que je sois davantage en position de leadership au sein du groupe pour les guider dans leur processus de construction de sens. Ma présence selon

leur dire aurait permis de mettre davantage de balises et de diriger les travaux du groupe, ce qui était contraire à mon protocole de recherche. Nous constatons par cette limite que le rôle de coordinateur et d'animateur est particulièrement important dans ce contexte de communication pour stimuler la participation des membres du groupe en raison de l'équivoque induite par le dispositif. En tentant de ne pas influencer le processus de mise en œuvre du groupe pour pouvoir l'observer, j'ai en quelque sorte créé involontairement un modèle de participation que les participants ont répliqué. A posteriori, j'aurais pu sacrifier un aspect de ma position d'objectivité pour participer activement aux travaux des groupes afin que mes connaissances puissent leur être utiles pour comprendre ce qui était attendu d'eux et sur les façons potentielles d'utiliser l'environnement technique pour réaliser l'objectif de l'expérimentation. Cependant, en procédant ainsi, j'aurais aussi évincé de l'expérimentation plusieurs constats réalisés lors de mon analyse tels que l'assignation du leadership ou la négociation des modes de communication par les membres des groupes.

Au niveau de la troisième limite, nos participants ont mentionné qu'ils ne souhaitaient pas être perçus dans une position de leadership au sein du groupe, notamment parce que cette position est associée à de plus grandes responsabilités et exigences. La problématique à ce sujet, comme l'avons évoqué précédemment, est que la forme de communication au sein d'un groupe *Facebook* demande qu'une personne initie la conversation en créant une publication que les autres pourront commenter par la suite. Le fait d'initier une publication étant perçu comme un acte associé à la position de leadership, les participants ont limité leurs échanges pour éviter d'y être associés. C'est ce que soutient ainsi l'un de nos participants :

> Je ne voulais pas aller plus loin pour ne pas créer de dynamique. Et encore une fois, parce que je n'avais pas le temps d'assumer le rôle de leader. Comme je te disais, qu'il y ait un leader ou pas, ça quand même donné le résultat qu'il n'y a pas eu d'autres publications des gens.

Ce qui est ironique est que les autres participants de ce groupe ont identifié formellement ce participant comme la personne en position de leadership au sein de leur collectif lors des entrevues individuelles, ce qui nous amène à comprendre que le manque de richesse d'information du mode de communication asynchrone affecte aussi le processus d'assignation du leadership au sein du groupe et la reconnaissance de cette assignation par la personne désignée. La situation de l'autre

groupe fut différente puisque la personne ayant posé des actions associées au leadership a assumé cette position jusqu'au moment où elle a dû abandonner l'expérimentation pour des enjeux personnels. Son départ survenant à mi-chemin de l'expérimentation, ce groupe n'a pas réussi à surmonter le défi d'assigner à un autre participant le rôle de leader. Ainsi, les membres des deux groupes n'ayant pas formellement assigné la position de leadership à une personne en particulier tout au long de l'expérimentation, il n'y avait personne ressentant la légitimité suffisante pour stimuler la participation et organiser les travaux du groupe, ce qui a influencé négativement l'évolution du groupe en limitant le nombre de publications initiées pour atteindre l'objectif de l'expérimentation.

La quatrième limite est directement associée aux difficultés de recrutement et à l'impact d'un engagement irrégulier des participants à cette recherche. En effet, durant la période d'expérimentation, plusieurs participants m'ont confié ne pas avoir en priorité, dans leur vie personnelle, leur participation au groupe de recherche. Certaines personnes ont vécu par exemple une situation de décès ou de maladie grave de l'un de leurs proches au moment de l'expérimentation, d'autres ont planifié des vacances ou des séjours à l'étranger durant cette période ou d'autres vivaient une situation professionnelle exigeante au moment du lancement du groupe de recherche. Ils n'avaient donc pas nécessairement la tête à contribuer pleinement à la recherche. L'expérimentation ayant débuté deux mois plus tard qu'anticipée, cette limite est directement reliée à nos enjeux de recrutement mentionnés précédemment. Puisque la participation au sein des groupes de recherche pouvait se faire de n'importe où et à n'importe quel moment par la mobilisation du mode asynchrone de communication, plusieurs participants avaient sous-estimé la charge de leur implication au sein de la recherche comme le souligne ce participant :

> Je pense que la façon dont on interagissait était non seulement teintée par les individus comme tel, mais aussi teinté par le contexte, donc, contexte estival, contexte de vacances. En tout cas, moi, je n'ai pas été en mesure d'être impliqué autant que je l'aurais voulu pour ces raisons-là précise.

L'autre aspect relié à l'engagement comme limite pour cette recherche est associé au fait que certains participants ont pris formellement des engagements auprès des autres membres du groupe, mais n'ont pas concrétisé ces engagements en action, ce qui a créé un délai pour la participation des autres membres et une baisse généralisée de leur motivation, les participants attendant que la personne ayant pris un engagement le réalise pour pouvoir y ajouter leur contribution.

Comme cinquième limite ayant influencé cette recherche, la motivation des participants à prendre part à cette recherche a aussi influencé leur niveau de participation. Nous avons constaté en croisant les résultats du formulaire de recrutement avec le niveau de participation des membres au sein de l'expérimentation, que ceux qui souhaitaient pouvoir appliquer le concept de la recherche dans leur cadre de vie professionnelle furent ceux qui se sont davantage impliqués comparativement à ceux qui participaient pour soutenir le chercheur dans sa démarche ou par simple curiosité. Ce contexte externe a donc influencé le niveau d'implication nécessaire perçu pour arriver au résultat escompté ainsi que la motivation d'y arriver. Il s'agit d'une préoccupation que nous avions lors du processus de recrutement, puisque nous estimions que l'utilité perçue des résultats de recherche pour sa propre utilisation était une condition essentielle à l'authenticité de la participation. En changeant nos critères de sélection pour trouver suffisamment de participants pour composer nos groupes de recherches, nous avons sélectionné des participants n'ayant pas comme objectif l'utilisation des résultats de recherche dans leur milieu professionnel, ce qui a affecté négativement leur participation lorsque celle-ci a demandé un engagement plus exigeant qu'anticipé.

Finalement, lors de notre processus d'analyse, nous avons réfléchi à une hypothèse pour expliquer les difficultés de certains participants à s'intéresser au cadre de notre expérimentation, particulièrement au contexte de communication asynchrone proposé par la plateforme. Notre questionnement s'est posé à savoir si certaines caractéristiques cognitives pouvaient contribuer à l'intérêt d'une personne pour un mode de communication plutôt qu'un autre ou le limiter comme option potentielle. Lors de la période d'expérimentation et lors des entrevues, certains participants

ne concevaient pas la collaboration en mode asynchrone comme une alternative possible. Ils privilégiaient uniquement la visioconférence comme modalité d'interaction. Cette conception potentielle de la façon de collaborer sur les médias socionumériques pourrait être directement liée à la capacité d'abstraction et à la mémoire des personnes puisque le mode asynchrone nécessite que les membres du groupe se figurent intérieurement leur audience au moment de leur communication alors que cette habileté cognitive n'est pas nécessaire lorsque les participants collaborent en visioconférence. De plus, le mode écrit de collaboration pourrait convenir davantage aux personnes de nature visuelle comparativement à celle de nature auditive. Notre intuition nous amène à nous questionner à savoir si ces caractéristiques cognitives d'un individu n'ont pas influencé le fait d'être davantage silencieux en mode asynchrone ou le fait de forcer les autres membres du groupe à tenir des rencontres en visioconférence comme seule façon de collaborer. Les participants n'ont pas spécifiquement mentionné cet aspect, mais nos connaissances en psychologie nous amènent à croire qu'il s'agit d'une explication possible à certaines résistances ressenties lors de l'expérimentation chez certains participants. En ce sens, il serait intéressant de comprendre si le mode de communication privilégié sur un média socionumérique est associé à certaines caractéristiques cognitives chez l'individu.

CONCLUSION

Cette recherche fut initiée par le désir de comprendre la façon dont les médias socionumériques pouvaient modifier les fondements de la communication organisationnelle en proposant un environnement différent pour communiquer en groupe puisque, comme nous l'avons mentionné en introduction, le développement technique influence par la suite les potentialités de transformation de la sphère sociale. Nous avions l'intuition que ce nouveau contexte de communication pourrait résoudre une limite communicationnelle importante pour les groupes distribués sur un large territoire n'arrivant pas à se rassembler fréquemment en un même lieu physique à un même moment donné, notamment en ce qui concerne l'organisation d'assemblée délibérante.

L'approche de Weick concernant le processus de construction de sens (*sensemaking*) nous apparaissait être un cadre théorique pertinent pour explorer ce sujet. Weick soutient que les nouvelles technologies sont équivoques et que pour bien les comprendre nous devons apprendre à adapter notre cadre de référence. Les membres d'un groupe dont la communication serait intermédiée par ces nouvelles technologies devraient donc partager et négocier leur univers symbolique pour réussir à réduire l'équivoque ainsi induite et développer leur base symbolique commune. Weick propose pour y parvenir un processus en continu composé de quatre étapes, soit la mise en œuvre, la sélection, la rétention et la boucle rétroactive. Ce cadre conceptuel permet d'observer le phénomène d'organisation d'un groupe à partir de la nature des doubles interactions vécues au sein de celui-ci et de le contextualiser. À ce cadre conceptuel, nous avons ajouté celui d'affordance, telle qu'utilisée par Treem et Leonardi (2013), nous permettant d'identifier concrètement les usages spécifiques relatifs au contexte de communication sur les médias socionumériques. Le concept d'affordance fait référence à la relation dynamique entre un dispositif technique, ses utilisateurs et les possibilités d'actions particulières que ceux-ci peuvent mettre en œuvre sur celui-ci. Ces possibilités doivent être connues et maîtrisées par les utilisateurs pour être fonctionnelles. La combinaison de ces deux éléments théoriques nous permettait donc d'analyser le phénomène que nous voulions observer. Cependant, pour y parvenir, nous devions mettre en

place les conditions propices pour l'émergence de groupes interagissant dans ce cadre spécifique afin de collecter nos données.

Nous avons donc réfléchi au cadre de participation de notre expérimentation pour qu'il puisse à la fois intéresser des participants potentiels tout en possédant les conditions pour qu'émergent les échanges significatifs caractéristiques du processus de développement d'un groupe. Nous avons donc choisi d'interpeller nos participants en les invitant à collaborer sur *Facebook* pour produire un guide d'assemblée délibérante sur ce dispositif. Ainsi, nous avions l'appréhension qu'en offrant un cadre de référence connu, soit le Code Morin, les participants à notre recherche pouvaient s'appuyer sur cette procédure existante pour explorer les fonctionnalités présentes dans l'environnement numérique afin d'adapter leur façon de faire aux réalités techniques configurées. Nous voulions ainsi orienter les participants pour qu'ils mobilisent leur cadre de référence vis-à-vis de la technologie utilisée et qu'ils le négocient avec les autres participants pour prendre des décisions afin de produire un livrable commun. Notre choix de dispositif s'est arrêté sur *Facebook* puisqu'il représente le média socionumérique le plus populaire, que l'inscription y est gratuite et qu'une grande majorité d'individus y possèdent déjà un compte et connaissent déjà la façon de l'utiliser dans leur quotidien. Pour collecter nos données, nous avons choisi une méthodologie qualitative appropriée pour ce type de recherche en mobilisant une approche interprétative par contextualisation qui se veut exploratoire. Notre choix de technique de collecte de donnée est relié aux travaux sur l'ethnographie du numérique. Ces techniques sont l'observation participante, la rédaction de journaux de bord et la visite commentée à partir d'entrevues sur traces numériques. L'observation participante nous a permis de constater le processus de mise en œuvre de groupes privés sur *Facebook* à partir des deux groupes expérimentaux, composés de sept personnes ne se connaissant pas au préalable, que nous avons assemblés spécifiquement pour cette recherche. La rédaction du journal de bord nous a permis de compiler nos réflexions concernant nos observations et d'identifier des moments clés du processus de mise en œuvre du groupe que nous avons conservé grâce à des captures d'écrans. Les questionnaires des entrevues sur traces numériques ont été rédigés de façon spécifique pour chaque participant à notre recherche afin d'identifier précisément le contexte de participant relatif à cette personne. Nous avons ainsi effectué une triangulation méthodologique pour collecter les données de notre analyse.

Notre analyse a révélé qu'au-delà du niveau de connaissances et d'habiletés de nos participants pour communiquer au sein d'un groupe sur *Facebook*, le dispositif et le contexte d'interaction en groupe qu'il propose, contiennent aussi diverses sources d'équivoques spécifiques ayant influencé nos participants dans leur processus de construction de sens collectif. N'ayant pas anticipé cet aspect lors de notre réflexion sur notre problématique de recherche, nous avons déterminé qu'il était essentiel de l'aborder comme condition préalable pour répondre à nos questions de recherche. Ainsi, nous avons établi qu'en communiquant uniquement au sein d'un groupe privé sur *Facebook,* les membres d'un groupe négocient le potentiel et les limites des multiples canaux disponibles pour communiquer en groupe et les organiser pour qu'ils puissent être complémentaires. Ensuite, il existe plusieurs moyens d'accéder au contenu du groupe, cependant en procédant par le fil d'actualité et le fil de notification, les membres du groupe n'auront pas accès au lieu de communication du groupe et pourront manquer certaines interactions. C'est seulement s'ils prennent l'habitude de consulter le groupe via son adresse web ou via la fonction groupe sur la plateforme *Facebook* afin de consulter les communications qu'ils pourront avoir une expérience complète de ce groupe. Puis, chaque participant se figure la composition du groupe à partir de la liste des membres et par les interactions de ceux au sein de l'environnement du groupe. S'ils communiquent de façon asynchrone, l'intermédiation technique du dispositif les amène à communiquer en l'absence des autres par fragments de messages forçant ainsi chaque membre à interpréter la présence et l'absence des autres au sein du groupe. Pour y parvenir, le groupe se négocie un temps commun de rétroaction. L'être ensemble étant ainsi dématérialisé et étiré dans le temps, pour ce mode de communication permis sur les médias socionumériques, cette caractéristique communicationnelle pourrait générer de la confusion lors de la collaboration et augmenter la distance relationnelle ressentie.

Nous avons aussi déterminé qu'en communiquant de façon asynchrone, les membres d'un groupe n'interagissent pas directement avec les autres, mais plutôt avec la trace de leur communication, ce qui influence leur interprétation puisque ce mode de communication ne fournit pas une richesse informative suffisante pour valider sa propre compréhension du message partagé. L'émetteur ne pourra pas accéder à la réaction authentique des récepteurs de son message et ceux-ci devront être conscients que sans action spécifique sur la plateforme, l'émetteur ne pourra pas valider la réception de sa communication et l'impact de celle-ci auprès d'eux. De plus, en utilisant

uniquement le bouton de réaction, ils limitent l'interaction en ne permettant pas à l'autre de valider son interprétation de l'utilisation de ce bouton ou d'y réagir à son tour. En outre, les membres du groupe devront réaliser qu'ils doivent fournir un effort pour initier des publications afin que le groupe puisse collaborer même si cette initiative les place potentiellement en position de leadership puisque sans publication initiale, le groupe ne pourrait communiquer sur ce dispositif.

L'accès au groupe étant dématérialisé, chaque membre aura la responsabilité de comprendre qu'il se situe dans un contexte externe particulier pouvant l'influencer lorsqu'il communique au sein du groupe. Ce contexte externe n'étant pas perceptible par les autres membres du groupe, il pourrait ne pas être pris en considération et ainsi impacter l'émission et la réception des messages. Enfin, en raison notamment d'une potentielle quantité importante de messages partagés se retrouvant dans l'environnement du groupe dû à la persistance de l'information, les membres du groupe peuvent vivre une surcharge informationnelle qui pourrait affecter leur processus de mise en œuvre du groupe chez certains des membres. Cette réalité pourrait entraîner de la confusion pour certains. Afin de gérer cette abondance de contenu, l'affordance d'association de contenu, pour développer une sorte de lexique des sujets au sein du groupe, pourrait être utilisée. Après avoir identifié les principales sources d'équivoques que nous associons spécifiquement à la communication au sein d'un groupe privé sur *Facebook*, nous étions davantage en mesure de répondre de façon plus précise à nos questions de recherche.

Comme première question de recherche spécifique, nous voulions, comprendre la façon par laquelle les individus d'un groupe arrivent à faire sens collectivement des affordances présentes dans un groupe privé sur *Facebook* pour organiser leurs communications. Dans un premier temps, nous avons indiqué que nos participants ont débuté par s'introduire en écrivant un court message dans une publication spécifique ou dans un commentaire sous une publication en reprenant essentiellement la même forme pour se présenter, et ce malgré le fait que leur profil sur la plateforme possède cette utilité. Nos participants nous ont précisé qu'ils ne se sentaient pas confortables de consulter la page du profil des autres membres du groupe et qu'en procédant par une courte introduction, ils pouvaient mieux cibler les éléments de leur identité pertinents pour la collaboration au sein du groupe. Dans un deuxième temps, nous avons mentionné que les membres du groupe ont cherché à se rencontrer en visioconférence pour créer un moment commun et faciliter

leurs échanges sur le livrable à produire. Malgré l'absence de certains membres, cette rencontre a permis de statuer sur un délai raisonnable pour participer au sein du groupe et d'un délai limite pour contribuer aux décisions du groupe. Ce délai variait de 48 heures à 72 heures afin de maintenir un rythme de travail réaliste pour la production de leur livrable. Dans un troisième temps, nous avons identifié que la fonction sondage a été mobilisée pour s'entendre sur des éléments distincts. Dans le groupe A, la fonction sondage a servi à se répartir le travail alors que dans le groupe B la fonction sondage a surtout servi à trouver des disponibilités communes. Dans un quatrième temps, nous avons mentionné que la forme d'une publication ou d'un commentaire lors des communications asynchrones pouvait affecter les interactions au sein du groupe. Dans un cinquième temps, nous avons affirmé que nos participants nous ont partagé que l'utilisation du bouton réaction pouvait être interprété de différentes façons, qu'il pouvait limiter les échanges au sein du groupe et qu'il serait important de s'entendre sur son sens afin de développer une compréhension commune de son utilisation. Dans un sixième temps, nous avons précisé que le processus d'identification de la fonction de leadership a aussi été un enjeu au niveau pour la collaboration au sein des groupes, tant au niveau de la désignation des personnes en position de leadership pour organiser les travaux des groupes que pour le rôle de l'exécution de cette fonction au sein des groupes. Le manque de visibilité sur les autres membres du groupe et la souplesse des liens entretenus via le dispositif ont agi comme des obstacles pour l'assignation du leadership et son expression, ce qui a entraîné par la suite une diminution de la participation globale. Enfin, dans un septième temps, nous avons ajouté que le cadre de référence individuel concernant la technologie et la façon d'y collaborer influençaient la participation des membres des deux groupes, plusieurs participants associant *Facebook* à une utilisation personnelle reliée au divertissement plutôt qu'à un lieu où l'on pouvait effectuer un travail collaboratif. Après voir décrit les éléments principaux à prendre en considération pour construire du sens lors du processus d'organisation d'un groupe sur *Facebook*, nous avons répondu plus brièvement à nos questions de recherche subséquentes puisque nos groupes n'ont pas développé un niveau de collaboration suffisant pour que nous puissions observer et analyser un ensemble pertinent de doubles interactions pour répondre à ces questions.

Nous avons donc rassemblé nos deux dernières questions de recherche dans une même section concernant la façon de communiquer adéquatement en contexte de groupe sur *Facebook*. Nous

voulions tout d'abord comprendre la façon de combiner des affordances du dispositif pour augmenter les interactions attentionnées entre les membres d'un groupe communiquant sur *Facebook*. Au niveau des publications, celles qui étaient organisées simplement avaient tendance à être plus accessibles et à récolter davantage de réactions et de commentaires tout comme celles qui contenaient des émoticons pour appuyer le texte. Lors des réponses, l'ajout d'une réaction devrait être accompagné d'un commentaire pour spécifier l'utilisation du bouton de réaction. Enfin, une combinaison des modes asynchrones et d'autres modes de communication comme la visioconférence ou la publication vidéo permettraient aux membres du groupe d'avoir une plus grande richesse informative dans leurs échanges. Ensuite, notre intérêt s'est porté sur le dispositif en soi et sur la façon dont l'environnement technique pouvait encourager les interactions attentionnées entre les membres d'un groupe. Nous avons mentionné qu'outre la fiabilité des fonctionnalités déjà présentes, le dispositif pourrait développer de nouvelles fonctionnalités ayant un impact positif sur l'interaction au sein d'un groupe, soit la possibilité d'enregistrer les moments en salon *Facebook* (visioconférence) pour que les autres puissent y accéder de façon asynchrone, l'ajout d'une demande de commentaire lorsque la personne utilise un bouton réaction, la création de *hashtags* associés au sujet de chacune des publications afin de mieux les répertorier ainsi qu'un moyen pour l'utilisateur de différencier les publications et commentaires déjà consultés des nouveaux publiés. Nous avons aussi mentionné que ces améliorations techniques devraient surtout être appuyées par une plus grande maîtrise de l'environnement de communication par les usagers, ce qui permettrait de mieux utiliser les fonctionnalités déjà présentes.

Finalement, nous cherchions à évaluer la possibilité d'utiliser le dispositif pour y organiser une assemblée délibérante. À la suite des expérimentations menées dans les deux groupes, nous avons déterminé que nous ne pouvions pas scientifiquement nous positionner à ce sujet puisque l'un des deux groupes n'a pas réalisé son mandat et que le livrable réalisé par l'autre groupe a été produit plus individuellement, par un membre expert, que collectivement entre les membres du groupe et que celui-ci n'a pas été testé par le groupe. La réalisation de ce livrable nous a tout de même permis de constater l'utilité de l'affordance de persistance de l'information mobilisée par ce membre moins présent pour écrire le guide de ce groupe. Ce guide contient tout de même des éléments intéressants sur lesquelles s'appuyer pour tester une démarche d'assemblée délibérante sur un média socionumérique en contexte asynchrone.

L'expérimentation de cette recherche qualitative contient certaines limites que nous souhaitons soulever au bénéfice de nos lecteurs. Parmi ces limites, mentionnons que le contexte de laboratoire de l'expérience de groupe a sûrement eu un impact sur la motivation des participants à interagir entre eux. En effet, comme ils ne se connaissaient pas en dehors de cette recherche et qu'ils n'avaient donc aucun besoin de communiquer entre eux, autre que leur désir de contribuer à la recherche, les nombreuses sources d'équivoques ont agi comme des obstacles limitant leur participation puisque ceux-ci n'avaient pas anticipé cette complexité lors de leur inscription. De plus, le fait de ne pas connaître les autres membres du groupe et de n'avoir aucune expérience de communication en groupe sur *Facebook* pour produire un guide d'assemblée délibérante rendait la collaboration exigeante en raison de l'influence de leur propre cadre de référence. Ensuite, notre position d'observateur à titre de chercheur plutôt que de leader des expérimentations a influencé négativement la participation puisque nous possédions le seul lien qui unissait les membres des groupes. Leurs attentes étaient que les travaux du groupe soient initiés par le chercheur pour les aider à construire le sens de leur participation, ce qui était contraire au protocole de cette recherche. Cette situation jumelée à la situation particulière du leadership au sein du dispositif que nous avons décrit précédemment a aussi limité la production du livrable puisque les membres des groupes ne souhaitaient pas se positionner en situation de leadership de leur groupe. Une autre limite constatée est reliée au contexte de communication. En communiquant, en l'absence des autres, la pression à l'engagement était moins forte, ce qui a amené certains participants à se désengager plus facilement durant la période de l'expérimentation. Enfin, le contexte externe influençant à la fois l'acte d'émettre et de recevoir un message puisque la participation au groupe *Facebook* se fait surtout entre deux moments de la vie physique, l'attention des participants n'était pas optimale et complète pour réfléchir et construire du sens avec les autres membres de leur groupe sur ce dispositif.

Somme toute, bien que l'exploration des fonctionnalités de la plateforme dans les deux groupes fût limitée lors de cette expérimentation, plusieurs participants ont mentionné durant nos entrevues qu'ils ont appris une nouvelle façon de mobiliser l'environnement de communication que propose *Facebook* et qu'ils considèrent que l'objectif de la recherche pourrait être réalisable s'ils avaient davantage de connaissance à ce sujet et une meilleure capacité à mobiliser les fonctionnalités présentes. Ils considèrent qu'avec le temps, cette innovation proposée pourrait améliorer la collaboration au sein d'un groupe, particulièrement en complémentarité avec le contexte hors ligne.

Nous considérons que cette recherche nous a permis de comprendre les enjeux liés au processus de mise en œuvre d'une dynamique de groupe au sein d'un groupe privé sur *Facebook* en éclairant les formes d'équivoques induites par ce contexte de communication, notamment en ce qui concernant les divers modes de communication possibles, l'accès à l'environnement du groupe, la compréhension de la composition du groupe et la participation ainsi possible.

Les constats auxquels nous sommes parvenus lors de cette recherche entraînent à leur tour de nombreuses interrogations sur lesquelles il serait intéressant de cogiter. Parmi ces interrogations, nous aimerions comprendre l'impact du rythme d'interaction au sein d'un groupe interagissant exclusivement de façon asynchrone au sein d'un média socionumérique sur la proximité relationnelle ressentie. Notre expérience nous a aussi amené à nous demander si certaines caractéristiques cognitives d'un individu pourraient avoir un impact sur sa façon d'utiliser les affordances présentes au sein d'un groupe sur les médias socionumérique, notamment concernant l'exigence de se figurer son audience lorsque l'on communique de façon asynchrone. Enfin, il serait intéressant d'utiliser ces résultats de recherche dans un projet de recherche-action pour accompagner un groupe se réunissant habituellement hors ligne pour qu'ils puissent intégrer des moments de collaboration dans un groupe sur un média socionumérique afin de constater si cette utilisation pourrait être complémentaire et contribuer à améliorer la communication au sein des groupes au moyen de ce dispositif.

Cette recherche nous a permis d'approfondir notre compréhension de la logique d'interaction sur les médias socionumérique. Nous estimons que les collectivités pourraient bénéficier avantageusement des affordances intégrées sur ce dispositif comme solution aux enjeux de distances et de disponibilité de leurs membres, cependant ils devront apprendre à recadrer leur perception des possibilités associées à cette technique de communication, à utiliser les différentes fonctionnalités présentes convenablement en contexte de groupe et à les mobiliser adéquatement pour surmonter l'équivoque induite par ces modes de communication. Nous croyons que ce champ de recherche en communication organisationnelle mériterait d'être approfondi particulièrement en raison de la nouvelle distribution des équipes de travail dans une configuration de travail hybride. Nous estimons aussi qu'il est intéressant d'étudier ce phénomène puisque son intégration au sein de la société transforme nos rapports sociaux et qu'en apprenant à maîtriser cette technique de

communication nous pouvons l'ajuster pour en tirer des bénéfices et limiter ses effets néfastes. Bref, nous espérons que la lecture de ce mémoire fut enrichissante et nous vous remercions pour l'attention que vous y avez portée. Nous vous invitons à mettre en pratique dans votre quotidien les apprentissages réalisés lors de cette recherche dans votre utilisation des médias socionumériques.

BIBLIOGRAPHIE

Baribeau, C. (2005). Le journal de bord. Recherches qualitatives, Hors-série, 2, 98-113.

boyd, d. et Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), 210-230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Bucher, T. (2021). *Facebook*. Polity Press.

Cardon, D. (2019). *Culture numérique*. Paris: Presses de Sciences Po. https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.3917/scpo.cardo.2019.01

Cooren, F. et Robichaud, D. (2019). Les approches constitutives. Dans Grosjean, S. & Bonneville, L.(dir.), *La communication organisationnelle, (*2e éd. P. 159 – 191) TC Médias livres Inc.

Coutant, A. et Stenger, T. (2010). Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, *2010*(1), 45. doi: 10.3917/enic.010.0300

Davis, J. L., & Chouinard, J. B. (2016). Theorizing Affordances : From Request to Refuse. *Bulletin of Science, Technology & Society*, *36*(4), 241-248. https://doi.org/10.1177/0270467617714944

Denzin, N. K. (2015). Triangulation. In G. Ritzer (Éd.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* (p. 1 - 6). John Wiley & Sons, Ltd. https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeost050.pub2

Dubois, E., Ford, H. (2015). Trace interviews: An actor-centered approach. International Journal of Communication, 9, 2067–2091.

Dilmaç, J. A. (2017). L'humiliation sur Internet : Une nouvelle forme de cyberdélinquance ? *Déviance et Société*, *41*(2), 305. doi: 10.3917/ds.412.0305

Dolbec, A. (2009). La recherche-action, dans Benoît Gauthier (dir.*), Recherche sociale: de la problématique à la collecte des données*, Québec, Presses de l'Université du Québec. Récupéré de : http://lien.uqam.ca/mtCA6AC)

Facebook. (27 janvier 2021*). Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2020 Results*. Récupéré de https://www.prnewswire.com/news-releases/facebook-reports-fourth-quarter-and-full-year-2020-results-301216628.html

Faraj, S., & Azad, B. (2012). The materiality of technology: An affordance perspective. In P. M. Leonardi, B. Nardi & J. Kallinikos (Eds.), *Materiality and organizing: Social interaction in a technological world*. NY City : Oxford University Press

Gallant, N. et al. (2020). La visite commentée : documenter les pratiques numériques par l'entretien sur traces. Dans Millette, M., Millerand, F., Myles, D. et Latzko-Toth, G. (dir.), *Méthodes de recherche en contexte numériques : Une orientation qualitative,* (1ere éd. P. 195 – 210) Les Presses de l'Université de Montréal

Geiger, R., & Ribes, D. (2011). Trace Ethnography: Following Coordination through Documentary Practices. Proceedings of the 44th Hawaii international conference on system sciences, 1–10. www.stuartgeiger.com/trace-ethnography-hicss-geiger-ribes.pdf

Gozlan, A. (2018). Quand l'altérité devient virale : exemple du cyberbullying. *Savoirs et clinique*, *24*(1), 165. doi: 10.3917/sc.024.0165

Laszczuk, A., & Garreau, L. (2018). Le journal de bord sibyllique. *Finance Contrôle Stratégie*, *21-3*. https://doi.org/10.4000/fcs.2773

Latzko-Toth, G. (2014). La contribution des usagers au développement des médias numériques. Dans Proulx, S., Garcier, J. L. & Heaton, L. (dir.), La contribution en ligne : Pratiques participatives à l'ère du capitalisme informationnel, (1ere éd. P. 129 – 141) Les Presses de l'Université du Québec

Latzko-Toth, G., Bonneau, C. & Millette, M. (2020) La densification des données : revaloriser la recherche qualitative à l'ère des données massives. Dans Millette, M., Millerand, F., Myles, D. et Latzko-Toth, G. (dir.), *Méthodes de recherche en contexte numériques : Une orientation qualitative,* (1ere éd. P. 181 – 194) Les Presses de l'Université de Montréal

Le Deuff, O., Ertzscheid, O., Boyd, D., Gunthert, A., Prud'homme, D., d'Huy, P., Frochot, D. (2010). Une évolution des comportements. *Documentaliste-Sciences de l'Information*, *47*(1), 42. doi: 10.3917/docsi.471.0042

Leonardi, P. M. (2015 Ambient Awareness and Knowledge Acquisition: Using Social Media to Learn 'Who Knows What' And 'Who Knows Whom'. MIS Quarterly, Vol. 39(4), p. 747-762

Leonardi, P. M. and Vaast, E. (2017) Social Media and Their Affordances for Organizing: A Review and Agenda for Research. Academy of Management Annals, Vol. 11, No. 1, pp. 150-188

Leonardi, P. M. (2018) Social Media and the Development of Shared Cognition: The Roles of Network Expansion, Content Integration, and Triggered Recalling. Organization Science 29(4):547-568.

Leroux, Y. (2010). *Psychodynamique des groupes sur le réseau Internet,* Thèse de doctorat de psychologie, Université Paris x Nanterre

Lewin, K. (1947). Frontiers in Group Dynamics: Concept, Method and Reality in Social Science; Social Equilibria and Social Change. *Human Relations*, *1*(1), 5-41. doi: 10.1177/001872674700100103

Majchrzak, A., Faraj, S., Kane, G. C., & Azad, B. (2013). The Contradictory Influence of Social Media Affordances on Online Communal Knowledge Sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *19*(1), 38-55. https://doi.org/10.1111/jcc4.12030

Michinov, E. (2008). La distance physique et ses effets dans les équipes de travail distribuées : une analyse psychosociale. *Le travail humain*, *71*(1), 1. doi: 10.3917/th.711.0001

Millette, M., Millerand, F., Myles, D., Latzko-Toth, G., Université du Québec à Montréal, et Congrès de l'Acfas. (2020). *Méthods de recherche en contexte numérique: une orientation qualitative*. (s. l. : n. é.).

Mongeau, P., Saint-Charles, J. et Tremblay, J., (2006). Communication et visions du groupe. Dans Communication : horizons de pratiques et de recherches – volume 2. Québec, Presse de l'Université du Québec, pp. 148 - 190

Mongeau & Saint-Charles (2019) L'approche communicationnelle des groupes de travail en organisation. Dans Grosjean, S. & Bonneville, L.(dir), *La communication organisationnelle, (*2e éd. P. 159 – 191) TC Médias livres Inc.

Mucchielli, A. (2005). *Étude des communications: approche par la contextualisation*. Paris : Colin.

Mucchielli, R. (1967). *La dynamique des groupes*. Issy-les-Moulineaux : ESF éd.

Orlikowski, W. J., & Gash, D. C. (1994). Technological frames : Making sense of information technology in organizations. *ACM Transactions on Information Systems*, *12*(2), 174-207. https://doi.org/10.1145/196734.196745

Pastinelli, M. (2007). *Des souris, des hommes et des femmes au village global: parole, pratiques identitaires et lien social dans un espace de bavardage électronique*. Québec : Presses de l'Université Laval.

Patiño-Lakatos, G. (2018). Corps néoténique, sujet et prothèse : l'inconscient de l'entreprise technique contemporaine. *Cliniques méditerranéennes*, *98*(2), 99. doi: 10.3917/cm.098.0099

Postmes, T., Spears, R., Sakhel, K. et de Groot, D. (2001). Social Influence in Computer-Mediated Communication: The Effects of Anonymity on Group Behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *27*(10), 1243-1254. doi: 10.1177/01461672012710001

Proulx, S. (2017). L'injonction à participer au monde numérique. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, (20), 15-27. doi: 10.4000/communiquer.2308

Radio-Canada (2021, 28 octobre). Facebook change de nom pour Meta. https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1835319/facebook-meta-metavers consulté le 28 octobre 2021

Regroupement des gestionnaires et copropriétaires du Québec (2022). Guide des assemblées de copropriété virtuelle. https://rgcq.org/media/0eplyhnh/2022-03-31-guide-pratique-aga-virtuelle-bilingue.pdf consulté le 5 mai 2022

Regroupement loisir et sports du Québec (RLSQ) et le Centre québécois de services aux associations, (2020). Guide d'organisation pour CA & AGA en ligne.

https://www.associationsquebec.qc.ca/Uploads/RLSQ_Guide_Organisation_CA_AGA_en_ligne_MAJ_Juin2020.pdf consulté le 15 octobre 2021

Renaud, L. (2020). Modélisation du processus de la recherche participative. Communiquer, (30)

Rosa, H. et Vettraino, J. (2016). La logique d'accélération s'empare de notre esprit et de notre corps. *Projet*, *355*(6), 6. doi: 10.3917/pro.355.0006

Savoie-Zajc, L. (2009). L'entrevue semi-dirigée, dans Benoît Gauthier (dir.), *Recherche sociale: de la problématique à la collecte des données*, Québec, Presses de l'Université du Québec. Récupéré de : http://lien.uqam.ca/mtCA6AC)

Savoie-Zajc, L. (2019). Les pratiques des chercheurs liées au soutien de la rigueur dans leur recherche : une analyse d'articles de Recherches qualitatives parus entre 2010 et 2017. Recherches qualitatives, 38(1), 32–52. https://doi.org/10.7202/1059646ar

Thompson, J. B. (2020). Mediated Interaction in the Digital Age. *Theory, Culture & Society*, *37*(1), 3-28. doi: 10.1177/0263276418808592

Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2011). Computer mediated communication : Social interaction and the internet. SAGE. P. 256

Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2013). Social Media Use in Organizations : Exploring the Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association. *Annals of the International Communication Association*, *36*(1), 143-189. https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679130

Treem, J. W., Dailey, S. L., Pierce, C. S., & Leonardi, P. M. (2015). Bringing Technological Frames to Work : How Previous Experience with Social Media Shapes the Technology's Meaning in an Organization: Bringing Technological Frames to Work. *Journal of Communication*, *65*(2), 396-422. https://doi.org/10.1111/jcom.12149

Turkle, S. et Richard, C. (2015). *Seuls ensemble: de plus en plus de technologies, de moins en moins de relations humaines*. Paris : L'Échappée.

Vaast, Emmanuelle & Safadi, Hani & Lapointe, Liette & Negoita, Bogdan. (2017). Social Media Affordances for Connective Action: An Examination of Microblogging Use During the Gulf of Mexico Oil Spill. MIS Quarterly. 41. 1179-1205. 10.25300/MISQ/2017/41.4.08

Valeau, P. & Gardody, J. (2016). La communication du journal de bord : un complément d'information pour prouver la vraisemblance et la fiabilité des recherches qualitatives. Recherches Qualitatives. 35. 76-100.

Vitalis, A. (2015). La « révolution numérique » : une révolution technicienne entre liberté et contrôle. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, (13), 44-54. doi: 10.4000/communiquer.1494

Walther, J. (2011). Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. The Handbook of Interpersonal Communication. 443-479.

Weick, K. E. (2001). *Making sense of the organization*. Oxford, UK ; Malden, MA : Blackwell Publishers.

Wierzbicki, A.P. (2006). Technology and Change: The Role of Informational Technology in Knowledge Civilisation. J. Telecommun. Inform. Technol., no. 4, pp 3-14

Zammuto, R. F., Griffith, T. L., Majchrzak, A., Dougherty, D. J., & Faraj, S. (2007). Information Technology and the Changing Fabric of Organization. *Organization Science*, *18*(5), 749-762. https://doi.org/10.1287/orsc.1070.0307

Zhong, B. (2022). *Social media communication : Trends and theories*. John Wiley & Sons, Inc.

ANNEXE A

Guide d'assemblée délibérante du groupe A

GUIDE ET PROCÉDURES

ASSEMBLÉE DÉLIBÉRANTE

ASYNCHRONE SUR FACEBOOK

Projet de recherche Benoît Malric - Groupe A

SOMMAIRE

page 3 Introduction

page 4 Section 1 - Mise en place numérique

page 5 Section 1 - (suite)

page 6 Section 2 - Propositions, Délibération et Votes

page 7 Section 2 - (suite)
Section 3 - Déroulement

page 8 Section 4 - Assemblée virtuelle

page 9 Section 5 - Autres dispositions

INTRODUCTION

Le présent guide cible l'utilisation de la plateforme socionumérique Facebook pour la tenue d'assemblée délibérante. La majorité des pratiques habituelles d'une assemblée délibérante, présentées sommairement dans cet ouvrage, s'inspire du Code Morin.

Afin d'alléger le document, seule la description de l'utilisation des outils et de la plateforme Facebook en lien avec les pratiques d'une assemblée délibérante seront présentés, ne remettant pas en question les modes de fonctionnement connus et reconnus du Code Morin. De plus, le masculin sera utilisé dans ce guide afin d'en alléger la rédaction et le texte.

Par ailleurs, le présent guide utilise la notion organisationnelle d'une assemblée délibérante, avec un conseil d'administration et des membres, mais cette notion peut être remplacée par celle d'une instance informelle et ses participants. Ainsi, dans le texte, les termes "membres", "organisation" et "conseil d'administration" peuvent être respectivement remplacés par "participants", "instance" et "comité de coordination" ou autres.

La prémisse de ce guide est la tenue asynchrone et technologique d'une assemblée délibérante. Certaines conditions doivent être présentes pour l'utilisation du présent guide.

- Une "assemblée délibérante" sous-entend qu'une organisation ou instance requiert la tenue d'une telle assemblée. Ceci sous-entend également que les membres et participants de ladite assemblée sont déjà connus et inscrits dans un registre organisationnel; sinon, il s'agirait d'une assemblée publique;

- Ces membres ont tous préalablement un profil Facebook et un certain niveau de littératie numérique permettant une participation pleine et entière de chacun. Il serait irresponsable pour une organisation de tenir une telle assemblée en pleine connaissance du défi de littératie numérique de certains de ses membres.

- Les membres ont tous préalablement accepté d'adhérer à un code d'éthique à titre de membres de l'organisation. Le présent guide fait donc référence à un code d'éthique qui contient les règles de conduites de bases à l'égard de l'utilisation d'outils numériques et le respect des autres, de la confidentialité et de la vie privée des membres et participants de l'assemblée délibérante. Ce code d'éthique fait également référence aux dispositions lors d'un manquement d'un membre à l'effet des conséquences advenant de telles situations. Ainsi, il est supposé que la personnes responsables du déroulement de l'assemblée est considéré ayant les droits et responsabilités inhérentes au renforcement des conséquences découlant de ce code d'éthique;

- Une "assemblée délibérante" n'est pas un comité de travail : il s'agit de la rencontre de plusieurs personnes qui, ensemble, délibèrent dans l'objectif de prendre des décisions. Si des travaux en amont à ces décisions doivent être effectués, un guide des procédures pour comités de travail doit être développé.

SECTION 1 - MISE EN PLACE NUMÉRIQUE

1.1. Responsable numérique (présidence)

Chaque assemblée délibérante numérique doit être coordonnée par un responsable numérique (RN), personne proposée à l'assemblée comme tel par le conseil d'administration de l'organisation qui requiert la tenue de l'assemblée.

Cette personne responsable peut être membre et avoir droit de participation et de vote, mais il est recommandé de cibler une personne ayant une certaine neutralité. Ceci afin de s'assurer que la personne demeure davantage à l'affût du processus et des éléments du présent guide en étant moins influencée par le contenu des délibérations.

Le RN agit à titre de président d'assemblée, assurant le bon déroulement des assemblées. À ce titre, la reconnaissance de ce rôle pour cette personne par l'adoption des membres de l'assemblée est une étape préalable au bon déroulement des assemblées.

1.2. Secrétaire de l'assemblée délibérante

La documentation de chaque assemblée délibérante doit être effectuée par un secrétaire d'assemblée, personne proposée à l'assemblée comme tel par le conseil d'administration de l'organisation qui requiert la tenue de l'assemblée.

Le secrétaire peut être membre et avoir droit de participation et de vote. Le secrétaire assure la documentation de l'assemblée délibérante, ce que le Code Morin appelle un "procès-verbal".

Sont consignés dans le "procès-verbal numérique" de l'assemblée délibérante les éléments habituellement requis par les Lois et les pratiques régulières normalement associées aux assemblées de membres de l'organisation (présences, ordre du jour, propositions, résolution, etc.).

1.3. Création numérique de l'assemblée délibérante

Chaque assemblée délibérante prend la forme d'un groupe privé sur Facebook. L'objectif (ou les objectifs) de l'assemblée est clarifié par un sommaire ou une proposition d'ordre du jour dans la description du groupe privé et seuls les membres ou participants autorisés au registre peuvent être invités au groupe.

S'il y a lieu de le faire, pour les besoins de la délibération, des observateurs ou experts ayant droit de parole sans droit de vote peuvent être admis sur invitation par résolution du conseil d'administration ou par un responsable de l'instance.

Afin de favoriser un bon déroulement et le respect par tous des directives, le présent guide et tout autre document pertinent à l'assemblée délibérante doivent être téléversés dans la section "Fichier" du groupe privé Facebook dès sa création.

SECTION 1 - MISE EN PLACE NUMÉRIQUE (suite)

1.4. Ordre du jour

Toute assemblée délibérante requise par une organisation ou une instance doit avoir une proposition d'ordre du jour. Celle-ci doit obligatoirement contenir les éléments suivants :

- Adoption du responsable numérique (présidence) et du secrétaire de l'assemblée
- Adoption de l'ordre du jour par l'assemblée
- Levée de l'assemblée

1.5. Convocation et quorum

Lorsque les membres sont invités au groupe privé Facebook de l'assemblée délibérante, le RN effectue une première publication, épinglée en priorité jusqu'à l'ouverture de l'assemblée. Cette publication sert de convocation et fait état des éléments suivants :

- La date de début de l'assemblée délibérante ainsi qu'un échéancier à l'égard d'une date de fin prévisionnelle. Cette date de fin prévisionnelle n'est présentée qu'à titre indicatif et n'a pas de conséquence formelle dans le processus de l'assemblée délibérante.

- Doit contenir un lien vers une capsule vidéo formative, présentant les différents modes opératoires de bases d'une assemblée délibérante en mode asynchrone, s'inspirant du présent guide et procédures.

- Les membres ont 48 heures avant le début officiel de l'assemblée délibérante pour indiquer avoir pris connaissance des procédures et pour confirmer leur "présence" à cette assemblée asynchrone en cliquant sur "J'aime" sous la publication de la convocation.

- Selon les règlements qui régissent l'organisation, un quorum suffisant doit être respecté pour assurer la validité de l'assemblée et des délibérations. C'est le RN qui constate le quorum lorsqu'il est atteint en l'indiquant dans les commentaires associés à la publication-convocation.

- Les membres n'ayant pas signalé leur participation en cliquant sur "J'aime" sous la publication de la convocation suite à la période de 48 heures recevront un dernier avis envoyé par le RN. Cet avis prendra la forme d'un commentaire sous la publication-convocation en identifiant (@) les personnes directement afin de les alerter directement dans la zone notification de Facebook. Les membres auront ensuite jusqu'à la fin du processus d'adoption de l'ordre du jour pour signaler leur "présence", sans quoi, il sera considéré qu'ils ont pris connaissance de l'avis de convocation et refusé d'y participer. Le RN aura alors à retirer ces membres du groupe privé Facebook faisant office d'assemblée délibérante avant de procéder au prochain point de l'ordre du jour.

SECTION 2 - PROPOSITIONS, DÉLIBÉRATIONS ET VOTES

2.1. Propositions

Chaque proposition initiale est en lien avec un point à l'ordre du jour (tel que présenté ou ajusté) et doit faire l'objet d'une nouvelle publication sur le fil Facebook du groupe privé. L'ordre du jour ayant fait l'objet d'une adoption par l'assemblée délibérante, les propositions publiées par le RN sont considérées dûment proposées et appuyées par au moins 2 membres de l'organisation.

Si le sujet à l'ordre du jour cible le traitement d'un enjeu, le RN doit obtenir préalablement auprès de l'organisation un énoncé présentant le sujet et l'objectif (consultation, information, identification d'une proposition, etc.) afin de permettre une saine délibération. Si le sujet sert à alimenter l'organisation ou informer les membres, les commentaires associés à la publication seront traités de la sorte. Si le sujet mène à une proposition, le RN analysera le contenu des délibérations pour formuler une nouvelle publication-proposition.

La durée d'une proposition est de 48 heures (ou 2 jours) afin de permettre une délibération asynchrone adéquate pour l'ensemble des membres. Aucune autre proposition ne peut être publiée sur le fil Facebook avant que ne soit terminé le traitement de la proposition en cours. Une proposition est considérée traitée lorsqu'un vote a été effectuée et résulte en une conclusion.

2.2. Délibérations

Les délibérations offrent aux membres l'opportunité de présenter des éléments, opinions ou commentaires à l'égard de la décision à prendre. Les membres peuvent partager ceux-ci dans les commentaires directement sous la publication-proposition concernée et peuvent prendre la forme de commentaires écrits, audio ou vidéo. Il est également possible d'inscrire en commentaires écrits des amendements et sous-amendements sans créer de nouvelles publications.

2.3. Votes

Suite à la période initiale de 48 heures, le RN analyse les commentaires afin d'identifier de potentiels propositions d'amendements ou sous-amendements. Si ce n'est pas le cas, le RN doit effectuer une nouvelle publication-sondage présentant le libellé de la proposition et un appel aux votes pour une période de 24 heures, en indiquant la date et l'heure de fin de la période de vote. Les choix de votes sont "pour", "contre" ou "abstention".

Les commentaires associés à une publication-sondage lors des votes de proposition seront ignorés, la période de délibération étant terminée. Si, dans les commentaires de la publication-proposition durant la période de délibération, il y a des proposition d'amendements ou de sous-amendements, le RN devra d'abord traiter ces amendements ou sous-amendements avec des publications-sondages permettant à l'assemblée délibérante de voter, en ordre de priorité des propositions (voir Code Morin).

SECTION 2 - PROPOSITIONS, DÉLIBÉRATIONS ET VOTES (suite)

2.4. Adoption - rejet d'une proposition

Une proposition est considérée adoptée si elle obtient plus de 50% des votes "pour" sur l'ensemble des membres ayant voté avant la fin de la période de 24 heures. La proposition est considérée rejetée si elle obtient plus de 50% des votes "contre".

Si une proposition ne peut être ni adoptée ou ni rejetée en respectant ces conditions à cause du nombre d'abstention, le RN doit automatiquement autoriser une seconde période de délibération en effectuant une publication-proposition indiquant qu'il s'agit d'une deuxième délibération, en respectant les mêmes directives qu'une proposition régulière du présent guide.

Suite à cette seconde période de délibération, si la proposition ne peut être ni adoptée ou ni rejetée, une assemblée virtuelle sera convoquée par le RN (voir SECTION 4).

SECTION 3 - DÉROULEMENT

3.1. Adoption et nomination du responsable numérique (président) et du secrétaire d'assemblée

Une première proposition obligatoire de vote sous forme d'une publication-sondage Facebook est effectuée à la date de début de l'assemblée pour adopter et nommer le responsable numérique qui agira à titre de président de l'assemblée ainsi que du secrétaire d'assemblée, dûment proposés par le conseil d'administration (voir 1.1 et 1.2).

3.2. Adoption de l'ordre du jour par l'assemblée

Une seconde proposition obligatoire est effectuée présentant la proposition d'un ordre du jour, tel que déposé par le conseil d'administration de l'organisation qui requiert la tenue de l'assemblée délibérante. Les membres peuvent y apporter des ajustements avec des propositions d'amendement à la proposition d'ordre du jour en respectant les directives du présent guide.

3.3. Traitement des points à l'ordre du jour

Les sujets ou propositions adoptés dans l'ordre du jour sont traités tels que prescrits par les directives du présent guide (voir SECTION 2).

3.4. Levée de l'assemblée

Une fois que tous les points de l'ordre du jour (tel qu'adopté) ont été traités, le RN officialise la levée de l'assemblée en effectuant une dernière publication indiquant la date de fin de l'assemblée délibérante. Le secrétaire d'assemblée confirme en commentant la publication pour indiquer la levée de l'assemblée.

SECTION 4 - ASSEMBLÉE VIRTUELLE

4.1. Cas nécessitant une assemblée virtuelle

Trois cas peuvent nécessiter la tenue d'une assemblée virtuelle :

- Lorsque le RN ou le conseil d'administration de l'organisation considère comme essentielle la tenue d'une telle assemblée virtuelle en début de processus pour s'assurer de la bonne compréhension et de la participation attendue des membres de l'assemblée délibérante en lien avec le présent guide et procédures;

- Lorsque plusieurs membres en font la proposition formelle dans les commentaires associés à une publication-proposition et que le RN juge le nombre d'appui adéquat;

- Lorsque le RN juge à propos la tenue d'une telle assemblée virtuelle lorsqu'il croit que la proposition débattue semble diviser les membres dans la délibération.

4.2. Déroulement d'une assemblée virtuelle

Lorsqu'une assemblée virtuelle est nécessaire, le RN doit alors ajourner l'assemblée délibérante en cours sur le groupe privé Facebook à l'aide d'une publication indiquant l'ajournement et invitant l'ensemble des membres à une assemblée virtuelle à l'aide de l'option "Salons" dans le groupe privé Facebook.

Sélectionnées par le RN de manière raisonnable, la date et l'heure pour la tenue de l'assemblée virtuelle doit avoir lieu au plus tôt 5 jours et au plus tard 10 jours suivant l'ajournement de l'assemblée délibérante sur le groupe privé Facebook. Ceci afin de permettre une participation adéquate du plus grand nombre de membres de l'organisation.

Le déroulement et la tenue d'une telle assemblée virtuelle doit respecter les Lois, règlements internes et pratiques (ex. Code Morin) régissant l'organisation ayant requis la tenue de l'assemblée délibérante.

4.3. Levée de l'assemblée virtuelle

Lorsque l'assemblée virtuelle est terminée, le RN doit immédiatement effectuer une publication sur le groupe privé Facebook annonçant la décision prise lors de l'assemblée virtuelle ainsi que la réouverture de l'assemblée délibérante asynchrone.

Le prochain point prévu à l'ordre du jour original peut alors être traité à l'aide d'une nouvelle publication.

SECTION 5 - AUTRES DISPOSITIONS

5.1. Révision du présent guide

Le présent guide doit être révisé minimalement à tous les 2 ans afin d'en faire un ajustement adéquat en lien avec la pratique ou la modernisation de certains outils numériques.

5.2. Validité de l'assemblée délibérante

Considérant l'aspect novateur et technologique des directives du présent guide, la validité des assemblées délibérantes sur un groupe privé Facebook est considérée acceptable par l'organisation mais ne peut suppléer à un avis juridique ou toutes législations auxquelles est soumise l'organisation.

En cas de litige, l'organisation aura l'obligation de tenir une assemblée générale extraordinaire afin de traiter du litige en question. Il est d'ailleurs recommandé de faire entériner par résolution chaque assemblée délibérante ou virtuelle lors de l'assemblée générale des membres (annuelle ou extraordinaire) suivante.

5.3. Adoption du présent guide

Afin que l'organisme puisse utiliser et mettre en pratique les assemblées délibérantes sur groupe privé Facebook, le présent guide doit être adopté au 2/3 des membres de l'organisation présents à une assemblée générale des membres (annuelle ou extraordinaire).