

LES COMMUNAUTÉS FAIBLES

1^{ère} partie

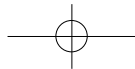
Cette première partie aborde la thématique des communautés prise dans une acception assez large dans le but de montrer que la notion de lien communautaire a des acceptions plurielles, que celles-ci peuvent englober des relations, des liens ou des pratiques qui semblent peu structurantes ou peu identitaires. Ce faisant, les analyses de ces communautés faibles ouvrent largement la notion de communautés, pour tenter de caractériser différentes modalités relationnelles susceptibles de fonder une certaine variété de types de communauté. En quoi une communauté peut-elle être qualifiée de faible ?

C'est bien sûr en comparaison des autres formes de liens que l'on peut observer. Plusieurs caractéristiques sont mobilisées dans les contributions de cette partie pour traiter des liens communautaires, mais elles ne façonnent que des relations peu impliquantes, peu durables ou peu formalisées.

En fin de compte, certaines modalités communautaires résultent de moments communs, de contacts et d'interactions... mais pour autant, ne fondent pas une communauté aux contours nets, aux règles communes, aux objets partagés. Pourtant, ces communautés faibles font bien partie des relations qui se tissent sur le réseau même si l'implication des acteurs est réduite.

Pour Madeleine Pastinelli, c'est autour du lieu, virtuel, que se crée la rencontre. Le lien n'est ni nécessairement durable ni à plusieurs, c'est la relation qui prime, sans que soient envisagés d'autres motifs au lien.

Nicolas Jullien, Jean-Benoît Zimmermann se basent sur une investigation dans le champ du logiciel libre, domaine où le fait communautaire est essentiel, fondateur. Pourtant, nous montrent-ils à la communauté de coproducteur (forte) s'adjoint un halo de "nuls" de consommateurs-utilisateurs-néophytes qui transforment la nature des liens de la communauté. Ce halo communautaire faible qui n'est pas inséré dans les codes et n'a pas



le niveau de compétence requis forme une communauté faible qui n'est pas sans conséquence sur le noyau fort du Libre.

Karel Soumagnac nous montre comment dans la littérature jeunesse se constituent différents espaces communautaires, elle met en lumière le rôle de guidage ou de pilotage par l'éditeur. Ici la communauté est mobilisée, fondée dans le cadre de nouvelles formes de marketing serviciel. Le lien est cependant assez faible au sein de la communauté, dans le sens où il se cristallise en fin de compte vers une communauté d'acquéreur. Le sentiment d'appartenance du client s'accroît probablement ; la communauté qui en résulte, apparaît réduite à un cadre bien spécifique.

Philippe Molines part aussi d'un terrain littéraire avec le *bookcrossing* comme phénomène communautaire. Mais ici, ce n'est pas l'éditeur qui met en place un marketing relationnel, la communauté est horizontale, ni pilotée ni instrumentée. La communauté se fixe sur des livres physiques circulant ; les relations semblent ponctuelles, dans le sens où elles sont bordées par l'échange de livre.

