

Quelle(s) perception(s) des classements de blogs par leurs auteurs ? Le cas Wikio.

Christian Marcon

Maître de conférences (HDR) en sciences de l'information et de la communication

Laboratoire CEREGE (EA 1722)

France

Christian.marcon@univ-poitiers.fr

Camille Alloing

Ingénieur R&D La Poste, Doctorant au laboratoire CEREGE (EA 1722)

France

alloingcamille@gmail.com

Résumé : Apparus à la fin des années 90, les blogs sont des supports numériques d'expression de soi devenus, dans une proportion croissante, des espaces de mise en scène de l'expertise de leurs auteurs. Cette évolution de leur fonction, conjuguée à un foisonnement des créations, a logiquement conduit la « blogosphère » à rechercher des dispositifs de repérage – donc d'évaluation – de blogs réputés plus pertinents que d'autres. Le plus connu de ces dispositifs est le site Wikio. Les résultats d'une étude qualitative sur la perception du site Wikio par neuf blogueurs classés par celui-ci montre qu'ils ont intégré le principe d'une évaluation qu'ils pensent globalement profitable à leur activité en termes de notoriété et de crédibilité principalement. L'étude révèle aussi qu'ils portent un regard critique d'experts sur le dispositif d'évaluation utilisé par le site et que, d'une certaine manière, ce regard leur permet d'appréhender le classement comme un jeu au sein d'une communauté.

Summary: Blogs were created at the end of the 90's. At first, they were considered as self-expression digital medias. Then, in an increasing proportion, they have become a way to promote the expertise of their authors. This change of function, combined with a highly increasing number of blogs, logically led the "blogosphere" to seek tracking devices - so evaluation – to check blogs more relevant than others. The best known of these devices is the Wikio site. The results of a qualitative study on the perception of the site by nine Wikio classified bloggers shows that they have incorporated the principle of an assessment they think globally profitable to their business in terms of reputation and credibility primarily. The study also reveals that these so called « experts » have a critical point of view on the evaluation system used by the site and that, somehow, they consider the classification process as a game within a community.

Mots-clés : INTERNET, BLOG, CLASSEMENT, EVALUATION AUTOMATIQUE, NOTORIETE, PERCEPTIONS, BLOGUEURS

Key words : Internet, blog, assessment, reputation, perception, blogger

Introduction

Le point abordé par cette communication est emblématique d'un questionnement apparu au fil des années qui ont vu Internet évoluer d'un espace réticulaire hybride (Marcon, 2001) espéré et perçu d'abord comme « à part », ouvert et libre des contraintes habituelles qui contraignent l'expression individuelle et collective, vers un Internet traversé par les tensions communes aux activités humaines : enjeux économiques, saturation de l'offre, pression opérée par l'innovation technologique, usure des acteurs...

Le quotidien *Libération* consacrait au printemps 2010 une double page à des blogueurs qui mettaient fin à leur activité parce qu'elle leur prenait beaucoup de temps et mobilisait leur capacité de travail avec un *retour sur investissement* qui se révélait à eux, soudain, infime. Déjà, les études montraient que la plus grande part des blogs créés ne vivaient pas : manque de conviction ? Manque de savoir-faire dans l'écriture de billets ? Manque d'intérêt ? Passage à d'autres espaces d'expression supportés par de nouvelles technologies ?

Sous cette double pression, la population des blogueurs se cherche. Les amateurs demeurent, mais une partie des acteurs aspire à une reconnaissance professionnelle, rentable sous une forme ou une autre, laquelle les confronte à la question de l'évaluation – un mot que les pionniers de l'Internet auraient sans doute honni... Pour durer, pour justifier leur existence et l'investissement qu'ils impliquent, il faut bien que les blogs « servent à quelque chose » ! (Marcon, 2010) Mais comment l'attester de manière crédible ?

C'est dans ce contexte émergent qu'est apparu le classement Wikio, devenu une sorte de référence chez les blogueurs, et fréquemment utilisé comme base par des analystes professionnels et des chercheurs. Comme toutes les références, le classement Wikio est largement commenté, par ceux qui sont classés et ceux qui ne le sont pas. Ces derniers ont sans doute de bonnes raisons de s'interroger sur le mode de classement, sa pertinence, son utilité. Que l'on songe à la fable de La Fontaine « Le renard et les raisins » ! Mais ici, et cela nous semble beaucoup plus utile, nous nous proposons d'explorer la disposition d'esprit du premier groupe : quelles perceptions les blogueurs classés par Wikio ont-ils de ce classement ?

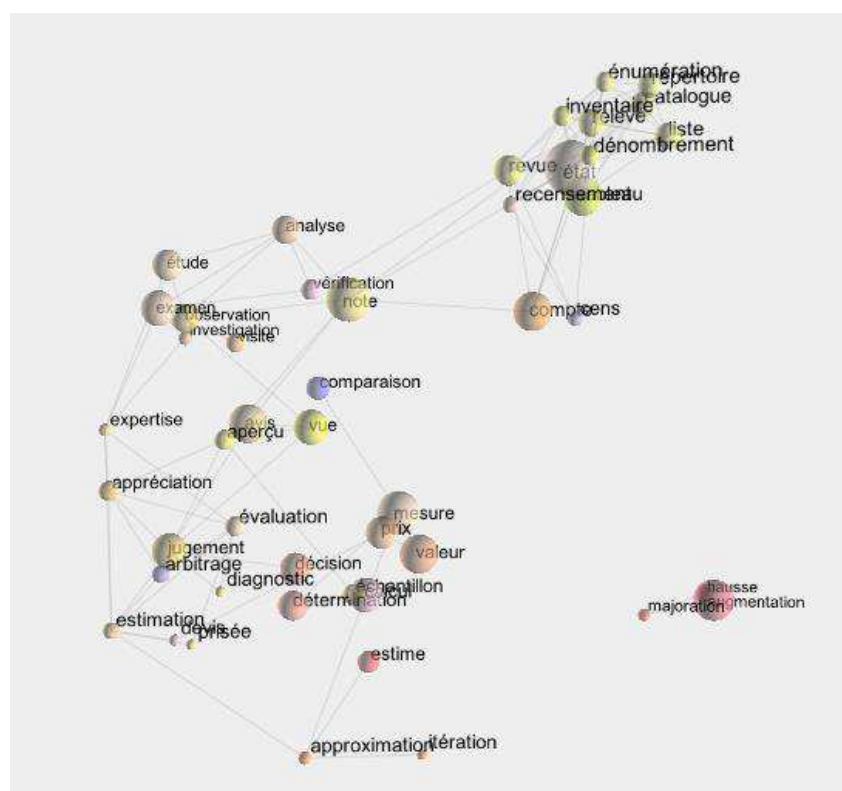
Ce sujet nous conduira à revenir à la notion même d'évaluation et ce qu'elle implique (1), avant de contextualiser l'apparition de Wikio et de le caractériser en tant que système d'évaluation (2). Nous présenterons alors la méthode d'analyse qualitative mise en œuvre et les résultats obtenus (3) avant de discuter la portée de l'étude et d'envisager des pistes nouvelles à explorer (4).

1. Pour en finir avec l'idée d'une évaluation neutre et objective.

Conjonction due au hasard ? Au delà de parutions dispersées dans le temps que révèle un classique *survey* de littérature, en 2009 la *Nouvelle Revue de Psychosociologie* puis, en 2010, la revue *Communication et Organisation* et les *Cahiers Internationaux de Sociologie* ont publié chacun un numéro thématique consacré à l'évaluation. La question est donc suffisamment dans l'air du temps pour que deux champs disciplinaires de sciences humaines jugent utiles d'interroger la notion et son application.

Que faut-il comprendre qui nous éclaire dans notre analyse du cas Wikio ? Tout d'abord que le terme « évaluation » est « tiraillé entre des significations situées à des niveaux différents » (Bourre, 2010) alors que, étymologiquement, l'évaluation est simplement une estimation de la valeur. A. Fouquet et J. Perriault (2010) confirment que « la valeur peut être morale, esthétique, civique, économique », qu'« on assimile souvent valeur et mesure quantitative »¹, ce qu'ils déplorent : « Pour autant, évaluer ne se résume pas à suivre des indicateurs quantitatifs. Nos sociétés inclinent à tout vouloir mesurer par des données chiffrées, au motif que cela rend les choses comparables. »² Ce qui conduit F. Bannister (2007) à estimer que « cette irrépressible envie qui nous pousse à comparer nos résultats avec ceux de nos voisins fait partie intégrante de notre constitution psychologique. »³

La représentation de proxémie fournie par le site du dictionnaire CNRTL⁴ permet un premier approfondissement de la notion. Il montre la proximité sémantique entre évaluation et jugement, arbitrage, appréciation, diagnostic, mesure, comparaison, mais aussi décision, valeur, prix...



Pas d'évaluation sans jugement, donc. Or le jugement n'est pas immanent. Il réfère à des valeurs, qui sont inscrites dans un système, social, politique, humain. Internet n'échappe pas à cette loi d'airain : l'évaluation d'activités menées sur Internet – écriture de blogs compris – implique l'existence d'un système de valeurs, que cette évaluation reste qualitative et non comparative, ou qu'elle conduise à un *classement*, repérage numérique permettant un positionnement de l'un par rapport aux autres, forme de mise en concurrence par la mise en comparaison devenue commune dans la sphère économique et

1. FOUQUET, A., PERRIAULT, J., *Évaluation, politiques publiques, politique de recherche*, Communication et organisation, n° 38 « Management de l'évaluation et communication, 2010, p. 29

2 Idem, p. 31

3 BANNISTER, F., *Les évaluations comparatives : un fléau. Analyse de la validité et de l'utilité des comparaisons dans le domaine du gouvernement électronique*, Revue Internationale des Sciences Administratives, 2007/2 Vol. 73, p. 188

4 Dictionnaire en ligne du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, www.cnrtl.fr

sociale (classement des hôpitaux, des villes, des universités...) alors même qu'elle a été exclue des résultats scolaires... Ce que soutient I. Comtet : « L'évaluation, potentiellement chargée de sens dans le contexte socioéconomique actuel et dans notre imaginaire collectif, n'existe donc qu'en fonction de repères, de critères, ou encore d'indicateurs collectifs conventionnels qui permettent une comparaison. »⁵

L'évaluation pose au moins trois problématiques.

1) La problématique des champs ouverts à l'évaluation, d'abord, qui sont sous-tendus par une idéologie : « l'évaluer dit le mode de la société, le mode d'attribution des statuts, de rétribution au sens large, de classement des collectifs et des individus en manifestant leur degré d'accès au pouvoir et à l'autorité. »⁶ Dans ce qui semble être devenu une *culture de l'évaluation*, toute activité susceptible de donner lieu à calcul d'un *retour sur investissement*, investissement en temps passé, investissement financier, investissement humain... est ou sera évalué. L'évaluation « se diffuse avec la facilité propre à une façon de liquide idéologique qui baignerait toute chose, elle ignore les limites et s'attache à la plupart des systèmes d'action en imposant son autorité aux savoirs et aux savoir-faire, elle surplombe et devient propice à la confirmation et au renforcement du pouvoir comme à la légitimation des nouvelles inégalités. »⁷

(2) La problématique du choix des évaluateurs ensuite. S'agit-il d'experts, ayant autorité pour formuler un jugement collégial ? S'agit-il d'individus exprimant chacun un avis, dont l'accumulation finit par former une évaluation qualitative collective, à l'exemple des avis formulés sur des sites tel *Tripadvisor* qui recense les avis d'utilisateurs d'hôtels ? S'agit-il au contraire de classements ou de valeurs numériques établis à partir de critères quantitatifs et dont le calcul concret est confié à un automate programmé ? Un tel choix peut-il être neutre et objectif ? Pour D. Martuccelli, « pour comprendre dans toute sa complexité le rôle de l'évaluation dans le monde contemporain, il ne faut surtout pas se limiter à la comprendre comme une simple technique de gestion [...] mais comme la mise en place d'une véritable nouvelle philosophie de gouvernement. »⁸

(3) La problématique, enfin, de la publicité donnée au résultat de l'évaluation car celle-ci ne peut remplir sa mission que si elle est mise à disposition de l'évalué au moins, mais aussi, de plus en plus, des acteurs qui envisagent de nouer une relation avec lui afin qu'ils prennent des décisions plus « éclairées ». Pour G. Balandier, l'évaluation joue le rôle de « référence et légitimation omniprésente » et « l'évaluer et le croire, [...] » remplissent la fonction de « figures symétriques qui disent répondre aux incertitudes et aux impuissances du présent. »⁹ Ce qui conduit Martuccelli à ce cri : « l'évaluation, ce n'est pas de l'information, c'est le pouvoir » !

Ces trois problématiques sont typiquement sous-jacentes au cas Wikio, comme nous l'allons montrer.

⁵ COMTET, I., *L'évaluation des pratiques professionnelles liées à l'usage des SI : au-delà du paradoxe*, Communication et organisation, n°38, 2010, p. 112

⁶ Évaluation, substitution, *Cahiers internationaux de sociologie*, 2010/1 n° 128-129, p. 5

⁷ Idem

⁸ MARTUCELLI, D., *Critique de la philosophie de l'évaluation*, *Cahiers internationaux de sociologie*, 2010/1 n° 128-129, p. 28

⁹ BALANDIER, G., *Variations anthropologiques et sociologiques sur l'« évaluer »*, *Cahiers internationaux de sociologie*, 2010/1 n° 128-129, p. 10

2. Les blogs : de l'expression de soi à un marché de la notoriété et de l'expertise ? L'émergence des systèmes d'évaluation comme Wikio

Apparus à la fin des années 1990, les blogs peuvent être définis comme des carnets de notes numériques, « des publications personnelles ou collectives de carnetiers qui diffusent du contenu informatif, éditorial ou ludique et offrent un espace d'expression aux lecteurs par le biais des commentaires » (Le Cam, 2003). Ils s'organisent par l'accumulation successive et ante-chronologique d'articles, ou billets, proposant des contenus aussi bien textuels, hypertextuels que multimédias (vidéos, photos, etc.). A leur commencement, les blogs avaient pour objectif la collecte et la présentation de liens hypertextes orientant les lecteurs vers des ressources thématiques (Mortensen, Jill, 2002), leur développement faisant aujourd'hui de ces supports numériques un réel outil d'expression de soi mais aussi de son expertise dans un domaine particulier.

Si les blogs peuvent être abordés sous l'angle technologique, ainsi que sur l'expression de soi qu'ils permettent (Paldacci, 2006 ; Le Cam, 2003 ; Broudoux et al, 2005 ; Cardon, Delaunay-Teterel, 2006), ils redéfinissent par leurs capacités de production et de diffusion de l'information les modes classiquement inscrits de sélection des contenus diffusables. En effet, les blogs permettent à leurs auteurs de ne plus dépendre d'une autorité institutionnelle (G. Leclerc, 1996) pour valider la pertinence de leurs contenus (validation avant publication), mais bien d'une autorité énonciative (validation post-publication) basée sur la qualité de leurs productions et de la reconnaissance de celles-ci par leur lectorat, qualifiée par E. Broudoux d'autoritativité.

Cette autoritativité propre aux blogs questionne de nombreuses industries culturelles quant à leurs capacités à évaluer et sélectionner des ressources pertinentes. Elle positionne également l'auteur d'un blog dans un système où, pour se faire (re)connaître, développer son lectorat ou encore interagir avec ses lecteurs, il est nécessaire de prendre en compte les critères d'évaluation et de positionnement induits à la fois par les usages inhérents au web (recommandation, notation, votes, etc.) et le fonctionnement des plates-formes web « dominantes » (comme Google et sa hiérarchisation par évaluation des liens hypertextes).

Face au développement rapide des blogs, mais aussi à la demande d'informations de la part d'internautes toujours plus nombreux, certains auteurs identifient l'apparition d'un véritable « marché » des blogs. Ce marché, où se confrontent l'offre (blogs) et la demande (lecteurs), représente des enjeux aussi bien financiers (notamment par le biais de la publicité) que de notoriété ou de réputation pour les auteurs eux-mêmes. Comme le souligne Shirky repris par Augey¹⁰ « les visiteurs sont de plus en plus nombreux sur des blogs connus tandis que les nouveaux blogs attirent moins de lecteurs ».

Les systèmes classiques de l'évaluation de l'autorité informationnelle d'une ressource sont remis en question sur le web et dans un contexte accru de développement des blogs. Il paraît donc nécessaire aux divers acteurs gravitant autour de ce marché des blogs, qu'ils soient financiers ou utilisateurs/lecteurs, mais aussi les blogueurs eux-mêmes (se positionnant ainsi sur ce marché), d'identifier les blogs pouvant être définis comme « faisant autorité dans leur domaine ». Car comme le souligne Gloria Origi¹¹ dans le sillage de Ballandier évoqué ci-dessus, « plus grande est l'incertitude

¹⁰ AUGEY, D., *Économie des blogs*, Réseaux, 2006/3 n° 137, p. 133-146.

¹¹ ORIGGI, G., *Un certain regard. Pour une épistémologie de la réputation*, Workshop « Réputation », Fondazione Olivetti, Roma, 14 avril 2007.

sur le contenu de l'information dans un domaine de savoir, plus grand est le poids de l'évaluation de la qualité de l'information », qualité qui aujourd'hui est principalement identifiable sur les blogs par leur capacité à se médiatiser.

Afin de répondre à cette demande, de nombreux classements de blogs (au début fonctionnant comme des annuaires où chacun venait inscrire et commenter un blog, et aujourd'hui s'appuyant sur l'analyse automatique de critères techniques comme les liens hypertextes), ont vu le jour à travers le monde. En France l'acteur principal du marché des blogs, en termes d'évaluation et de classement, est Wikio.

Renommé en novembre 2011 *ebuzzing* (de par l'achat et la fusion de divers services) la plate-forme (anciennement donc¹²) Wikio propose depuis 2006 un portail d'actualités. Le concept repose sur une forme d'infomédiation (Smyrnaio, Julia, 2007) dont l'objectif est de fournir un réassemblage de diverses ressources web d'actualité (sites de presse en ligne, sites marchands et blogs) proposant ainsi un flux d'informations aux utilisateurs du portail. Cette médiation passe principalement par la sélection et la hiérarchisation des contenus en provenance des blogs inscrits sur la plate-forme. Afin d'élargir sa gamme de prestations, mais aussi de valoriser sa principale matière première (les producteurs de contenus numériques comme les blogueurs) la plate-forme propose un classement automatisé des blogs (le « Top des blogs ») inscrits sur celle-ci.

S'appuyant sur le modèle technologique du moteur de recherche Google, Wikio utilise des « robots » afin d'analyser, identifier et indexer les contenus présents sur les diverses sources de son panel. Ce qui différencie Wikio d'autres services comparables comme le service Google Actualités par exemple, est que le service est « pensé non pas en priorité pour la diffusion de contenus d'actualité généraliste mais surtout pour la couverture quasi exhaustive des « niches » d'information thématique. » (Smyrnaio, Julia, 2007).

Comme pour l'analyse des ressources, l'évaluation passe par des critères édictés par les acteurs dominants du *search* dans le monde, et se concentre principalement sur le volume de liens entrants¹³, tout comme Google et son *PageRank*. Plus un blog bénéficie de nouveaux liens entrants en provenance d'autres blogs présents dans le classement Wikio, plus celui-ci sera évalué à la hausse. De plus, Wikio mesure le nombre d'abonnés au flux RSS du blog, ainsi que le volume de *tweets*¹⁴ proposant un lien vers un contenu du blog, ou encore les votes des internautes directement sur la plate-forme. Le tout mensuellement.

Comme pour l'actualité, le « Top des blogs » propose d'insérer directement les blogs dans des catégories thématiques prédéfinies, au nombre de 42. Au-delà du classement général, il est donc possible pour un utilisateur du classement d'identifier les blogs les mieux classés en fonction de thématiques spécifiques, de s'orienter dans le choix d'une source populaire (puisque classée organiquement par les échanges entre internautes) sur un sujet donné, et *in fine* experte car visible et accessible (Alloing, Moinet, 2010). Ainsi que pour les acteurs financiers souhaitant repérer des blogs avec une forte capacité de médiatisation.

¹² L'article ayant été réalisé avant le changement de nom de Wikio en *ebuzzing*, nous choisissons ici de dénommer le service Wikio. Il reste en effet de nombreux questionnements quant aux modifications à venir à la fois de la plate-forme mais aussi du classement en lui-même.

¹³ Lien hypertexte pointant d'une source web (A) vers une autre (B), l'idée « d'entrant » étant que la mesure s'effectue en fonction des liens cumulés par B

¹⁴ Messages envoyés depuis la plate-forme www.twitter.com

Aux blogueurs, ce classement cherche donc de prime abord à fournir une vision de leur positionnement dans le « marché du blog » français, ainsi qu'un gain en visibilité et en notoriété sur la plate-forme et donc aux yeux des utilisateurs de celle-ci.

Mais si les fonctionnalités de Wikio et de son classement permettent cette mise en visibilité de contenus web de niche, cette évaluation mélangeant usages et critères techniques et venant notamment pallier la perte d'autorité institutionnelle dans la sélection de l'information à diffuser, elles inscrivent par ailleurs les blogueurs qui sont présents dans la plate-forme dans une forme d'évaluation dont l'intérêt pour eux est difficilement décelable. Si cette approche citationnelle propre à de nombreuses plates-formes web est moteur de la notoriété (Alloing, 2011) et de la réputation (Orrigi, 2007) sur le web, elle interroge tout de même la perception que les agents soumis à cette forme d'évaluation ont de ce fonctionnement et des classements qui en découlent. Ainsi que sur la manière dont ces classements sont utilisés par eux pour atteindre des objectifs liés à la gestion de leurs blogs (médiatisation, monétisation, etc.).

3. La perception du dispositif d'évaluation Wikio

3.1. La méthodologie mise en œuvre

Afin de comprendre l'impact des classements automatisés de blogs ainsi que les apports pour la gestion de leurs blogs de ces classements (tel « Top des blogs » de Wikio) sur les auteurs évalués, nous avons procédé à une série d'entretiens en ligne.

Tout d'abord, nous nous sommes fondés sur le choix d'un échantillon scientifiquement valide, à savoir « somme toute acceptable et crédible aux yeux des communautés scientifique et professionnelle [les autres auteurs de blogs en l'occurrence] auprès desquelles les résultats de la recherche seront diffusés » (Lorraine Savoie-Zajc, 2007). Le choix s'est ensuite porté sur la catégorie « High-Tech » du classement, regroupant des blogs dont les thématiques abordent les nouvelles technologies et le web (médias sociaux, téléphonie mobile, logiciels libres, etc.), et dont les auteurs proposent généralement des contenus experts sur le sujet. Ce choix repose sur le fait que ces blogueurs sont pour la plupart des *early adopters* de la plate-forme Wikio, ayant ainsi une plus grande prise de recul sur ce classement et des spécialistes du web. Il semblait intéressant dans une approche exploratoire de cette problématique de s'appuyer sur les témoignages de sujets ayant une connaissance préalable du web et de ses rouages en matière de diffusion et de hiérarchisation de l'information. Enfin, le fait d'exclure les autres catégories de blogs permet de réduire l'hétérogénéité des pratiques, tant les thématiques proposées par Wikio s'ouvrent à des blogueurs dont les connaissances techniques varient du tout au tout. Le choix des blogueurs s'est fait en fonction de leur placement dans le classement du mois de septembre 2011 de Wikio, l'objectif premier étant d'avoir un répondant par tranche de 5 à 10 places dans le classement. Au final, après l'envoi d'une vingtaine de demandes, les 9 répondants sont globalement répartis de manière homogène dans le classement, chacun étant positionné dans une tranche donnée (un blog dans les 10 premiers, 2 blogs dans les 20 à 30 premiers, etc. jusqu'à un blog au-delà des 100 premiers). Cela afin non pas de rechercher une forme de représentativité illusoire (chaque blog ayant une thématique et un traitement de celle-ci bien particulier) mais, dans une perspective qualitative, de faire varier les perceptions possibles en fonction du positionnement dans le classement de chaque interviewé.

Cette recherche étant exploratoire, la construction du questionnaire d'entretiens s'est non seulement basée sur la littérature concernant l'évaluation, mais aussi sur des observations antérieures afin de

définir plus précisément les aspects essentiels de l'évaluation sur le web (et plus spécifiquement de celle proposée par Wikio) tels qu'ils étaient déjà exprimés par les blogueurs. Pour cela, nous avons procédé à un questionnaire sur Twitter¹⁵, amenant 12 réponses de blogueurs inscrits sur Wikio. Cette première expérience a permis de mettre en exergue trois « bénéfices » possibles liés au classement Wikio : l'apport en visibilité, la mise en relation (pour des propositions de publicités ou partenariats avec des organisations), et « rien du tout ». Pour aller plus loin, il a paru nécessaire d'aller interroger des blogueurs bien classés et donc plus à même de percevoir des bénéfices plus grands.

Afin de proposer un questionnaire en adéquation avec les réflexions déjà exprimées sur le sujet par les blogueurs, et ainsi d'identifier des possibles dissonances entre les discours affichés et ceux tenus de manière plus confidentielle, nous avons analysé un corpus de 10 articles de blogs ayant (entre 2008 et 2011) critiqué ou analysé le classement Wikio.

De cette analyse de corpus sont ressorties cinq catégories de perceptions et d'opinions sur ce classement :

- Un classement utile tout d'abord, « wikio apporte aux blogueurs : une visibilité, des visiteurs, une cohérence de la blogosphère grâce au classement par catégories »¹⁶ ;
- Des critiques sur la catégorisation des blogs, parfois jugée peu flatteuse (« "Divers" c'est un peu la catégorie poubelle quoi! »¹⁷) ou mal définie ;
- Un fonctionnement dont les blogueurs ont conscience mais qui n'influe pas pour autant sur leurs modes de gestion du blog ;
- Un fonctionnement paraissant opaque : « Wikio est très décrié pour les différentes fluctuations de son classement. Parfois on gagne une quarantaine de places, parfois on en perd une soixantaine, ce qui n'a rien de très crédible »¹⁸ ;
- Un faible apport en termes d'audience : « par contre son trafic étant faible, il n'apporte rien à l'auteur d'un article. »¹⁹.

Le questionnaire s'est donc construit en partie sur les différentes catégories issues de cette analyse. Au global, il est aussi intéressant de constater que la majorité des critiques collectées se situent sur une période précise (2008-2009) où Wikio était en plein développement et lançait son nouveau classement. Et depuis, (presque) plus rien. Le classement Wikio serait-il entré dans les mœurs des blogueurs ? Y prêtent-ils encore de l'attention ou en ont-ils accepté le fonctionnement et les enjeux ? Une série d'interrogations qui, avec la problématique globale de cet article, s'intègrent à l'analyse des entretiens proposée ci-dessous, et auxquels *in fine* 9 blogueurs High-tech ont accepté de participer²⁰.

¹⁵ Depuis le compte d'un des auteurs de cet article (6000 abonnés dont de nombreux blogueurs), avec la question suivante : « Amis blogueurs petite question : que vous apporte le classement Wikio ? ».

¹⁶<http://crisedanslesmedias.hautetfort.com/archive/2009/04/08/wikio-les-blogs-de-m-et-mme-tout-le-monde.html>

¹⁷ <http://www.thegreengeekette.fr/classement-wikio-incoherent-critique>

¹⁸ <http://www.fredzone.org/le-nouveau-classement-wikio-ce-que-jen-pense>

¹⁹<http://www.chauffeurdebuzz.com/wikio+me+fait+chier-548>

²⁰ Trois des blogueurs interviewés ont signalé posséder un autre blog inscrit sur Wikio, ce qui montre dans un certain sens l'intérêt qu'ils portent au classement, ou tout du moins aux gains qu'il apporte à la gestion d'un blog, puisqu'ils ne se limitent pas à un seul blog de référence inscrit.

3.2. La question des catégories

Trois interviewés trouvent la catégorie « High-tech » en adéquation avec la thématique de leurs blogs, là où un d'entre eux dit ne pas y porter d'attention. Les autres interviewés trouvent quant à eux cette catégorie peu en adéquation avec les thématiques qu'ils traitent, ce qui correspond aux critiques déjà identifiées dans le corpus d'articles analysés. Un interviewé s'attache à l'aspect purement sémantique de la dénomination catégorielle, soulignant que « High-tech est très connoté *geek*, ce que je ne suis pas », tandis que globalement cette catégorie semble « trop large à [leur] goût » et donc « trop généraliste » pour permettre d'identifier précisément les thématiques traitées sur les blogs évalués. Certains pensent à changer de catégorie (pour « Marketing »). Cette volonté de réduire le champ thématique des catégories vient répondre à la nécessaire comparaison induite par ce type de classement : pour se positionner il faut pouvoir se référer à d'autres évalués ayant sensiblement des approches similaires. La plupart des interviewés ayant souligné la largesse de la catégorie High-tech proposent alors des catégories plus réduites, et généralement plus en adéquation avec leurs thématiques : « médias sociaux, e-marketing, management et organisation, actualités du web »...

Cependant, l'un des interviewés souligne qu'il y a « déjà beaucoup de catégories pour trop peu de blogs "professionnalisés" ». Cette notion de professionnalisation du blog souligne ici la gestion d'un blog non pas à des fins financières, mais avec une vraie stratégie éditoriale en arrière-plan, et surtout la mise en avant d'une expertise issue de pratiques professionnelles. « Multiplier les catégories jouerait sur l'intérêt de ces dernières [catégories non « professionnalisées »], on se retrouverait avec des blogs quasi inconnus dans les 10 premiers (comme c'est déjà le cas dans certaines [catégories]) ». Ici, nous pouvons souligner un aspect important de la perception d'un classement comme Wikio : la légitimité du blog évalué ne reposerait donc pas seulement sur le classement en lui-même, mais bien sur la forme du blog et le contenu qu'il diffuse (« professionnel »), ainsi que le fait qu'il soit connu en dehors du classement, que sa légitimité soit actée avant son classement. Ce qui interroge dès lors sur le fait que ce classement n'est pas une finalité en soi, mais bien un indicateur devant refléter au mieux les évaluations déjà faites en dehors du classement (positionnement sur les moteurs de recherche, notoriété dans un réseau ou une communauté thématique, citations par d'autres blogueurs, etc.).

3.3. Pourquoi s'inscrire ?

Afin de mieux comprendre l'impact du classement Wikio sur les agents évalués, il paraissait nécessaire de les interroger sur ce qui a motivé leur inscription à ce classement. En effet, l'inscription est volontaire (et la désinscription semble tout du moins rapide et effective). Se soumettre à l'évaluation ainsi qu'à la médiatisation qui en est le corollaire est donc un choix.

Dans les motivations nous pouvons tout d'abord distinguer deux prismes d'analyse : ce qui a motivé l'inscription, et les objectifs attendus de cette inscription.

Les motivations se définissent elles aussi en deux catégories. Premièrement, la recherche de visibilité, notamment par la génération de liens entrants accompagnant l'inscription à Wikio :

- « Au lancement du blog, j'ai fait des expériences pour développer la visibilité du blog » ;
- « Au départ c'était pour avoir une source supplémentaire en liens » ;
- « Juste pour voir si cela permettait d'obtenir un lien et transmettre de la popularité au blog ».

Ensuite, parce que l'inscription au classement faisait partie, à son lancement en particulier, d'un mouvement global auquel se rallier, « parce que tout le monde le faisait » :

- « Je suivais avec attention l'évolution des blogueurs dans ce classement, comme on peut suivre avec intérêt le classement d'une compétition sportive. Puis j'ai décidé de me lancer moi-même, de participer à cette aventure » ;
- « A l'époque de la création du blog, il paraissait difficile de ne pas s'y inscrire » ;
- « A l'époque, tout le monde en parlait et j'ai voulu tester ».

L'évaluation devient donc ici *signe d'appartenance à une communauté* (« c'était intéressant d'être identifié dans une communauté »), elle est motivée par l'effet de nouveauté et de groupe.

Au-delà des motivations, les objectifs lors de l'inscription sont tout d'abord vus par les interviewés en termes de bénéfices liés à la médiatisation de cette évaluation. Cette médiatisation va de pair avec l'idée d'appartenance communautaire, puisqu'elle permet entre autres « de se faire connaître [des autres blogueurs] ». Mais aussi, comme le souligne un interviewé, « lorsqu'on est bien placé, c'est valorisant », un autre ajoutant qu'il y a « une petite fierté à figurer dans le top 100 ». Ce classement vient donc renforcer l'estime de soi, voire récompenser en quelque sorte le travail effectué sur le blog.

Ensuite, il est intéressant de noter que plusieurs interviewés perçoivent ce classement comme une forme de « jeu » ou de « challenge » à relever, le classement n'étant alors plus seulement la résultante des actions entreprises sur le blog, mais aussi une forme de motivation à bloguer.

Enfin, l'un des objectifs de l'inscription à ce classement réside ici aussi dans l'aspect communautaire, de regroupement d'un réseau, à savoir la nécessité de développer « un point de repère commun à tous », de se « [situer] par rapport aux autres blogs », ou encore « de se mesurer par rapport (...) à son propre classement ». L'évaluation devient alors ici « une manière sociale d'exister pour les individus et de se penser dans le monde, en rapport avec autrui » (Gori, Del Volgo, 2009).

3.4. Perception des critères d'évaluation et des indicateurs de mesure

Trois interviewés sur neuf affirment connaître les critères d'évaluation et de classement du « Top des blogs » de Wikio, là où cinq d'entre eux reconnaissent les connaître partiellement. Le fait de ne connaître que partiellement ces critères souligne « l'opacité » identifiée dans l'analyse du corpus. Cela met aussi en exergue le fait que l'évaluation s'avère difficilement manipulable ou non, en fonction de la connaissance de ces critères et indicateurs.

A la question « trouvez-vous ces critères pertinents ? », seuls trois interviewés trouvent qu'ils le sont, soulignant d'une part que la mise à jour de l'évaluation chaque mois permet de détecter et de favoriser les blogs actifs (« Si un blog n'est pas mis à jour, il disparaît très vite du classement. »). Ensuite, le fait que le classement se base sur des critères purement quantitatifs et automatisables semble « pertinent sur ce qu'il juge, à savoir la renommée d'un blog dans son cercle d'activité : les autres blogs et Twitter ». Ce même interviewé souligne alors que le classement Wikio et ses critères d'évaluation doivent être perçus comme s'appliquant à un « microcosme (...). Dans ce sens-là, le classement est bien fait et reflète assez les relais qu'un blog peut avoir par rapport aux autres. ». Ce classement est donc perçu comme pertinent à partir du moment où il s'interprète dans un cercle restreint et qu'il n'a pas valeur d'indicateur applicable à tous les types de supports ou de blogs, mais bien à ceux dont

l'insertion dans un réseau thématique de blogs (un microcosme, une communauté restreinte) passe par l'optimisation des critères et indicateurs d'évaluation utilisés par le classement.

D'autres interviewés sont quant à eux plus modérés, considérant que « Si le nombre de backlinks est un critère pertinent, il serait bon de les pondérer » ou que globalement « Il n'y en a pas assez [de critères]. L'algorithme devrait être plus complexe. ». Tout comme la nécessité de développer plus de catégories thématiques, la pertinence du classement Wikio passerait donc pour ces interviewés par le développement de critères de mesure et d'évaluation encore plus spécifiques et adaptés au fonctionnement et usages qu'ils font de leurs blogs.

Enfin vient la majorité des interviewés se prononçant de manière négative sur les critères de classement. La mise en question de ces critères joue principalement sur la dualité entre évaluation quantitative (ici le volume de liens entrants par exemple) et évaluation qualitative. « Le backlink [lien entrant] ne fait nullement la qualité d'un blog, et l'aptitude à être retweeté, non plus. ». Ce discours a été tenu par de nombreux interviewés, l'un d'entre eux soulignant que le fait d'obtenir beaucoup de liens n'est pas synonyme d'une quelconque influence ou popularité « mais tout simplement [que le] site [est] très bien référencé ». D'autres mettent en avant que le classement est biaisé car ne prenant en compte que les blogs inscrits sur la plate-forme, et surtout propose (ici encore) d'élargir les critères : « comme le trafic, le positionnement sur les moteurs de recherche, les backlinks autres que ceux des blogs et ainsi de suite. ».

Nous sommes ici dans une forme de dualité (tout du moins un antagonisme) dans la perception de ce classement : doit-il seulement se concentrer sur un microcosme bien défini aux pratiques plutôt homogènes ? Ou s'élargir par l'ajout de critères afin de favoriser une forme d'évaluation plus large ? Dans tous les cas, cette forme d'évaluation purement automatique ne paraît ni suffisante, ni perçue comme objective puisqu'elle repose sur des indicateurs facilement détournables, à *minima* influençables par des techniques d'optimisation. De plus, « ce classement renforce la position des blogs les plus réputés et non pas celui des blogs les plus intéressants » formant alors une sorte de vase clos dans lequel la visibilité préétablie semble facteur d'une évaluation généreuse, mais rarement l'inverse.

Qu'ils soient contestés ou non, à améliorer ou à accepter en l'état, l'impact de ces indicateurs d'évaluation sur les pratiques des blogueurs interviewés est une problématique inhérente à la perception qu'ils peuvent avoir de cette forme d'évaluation médiatisée. Connaissant partiellement les critères de classement, les prennent-ils en compte dans leur mode de gestion de leur blog ?

Très logiquement, les blogueurs ayant remis en question les critères en font peu de cas dans leurs pratiques. Certains soulignant qu'ils n'ont pas « suffisamment de temps pour rédiger des billets et promouvoir le blog », un autre que se baser sur des critères purement quantitatifs amène le risque de « tomber rapidement dans le buzz et le racoleur ». Les interviewés ayant trouvé les critères pertinents, ou à améliorer, voient ces indicateurs de mesure comme utiles lorsqu'il s'agit de « faire du sourcing » (autrement dit, identifier de nouveaux blogs), 7 interviewés sur 9 précisant que Wikio leur a permis de découvrir de nouveaux blogs, ou encore d'identifier pour son propre blog la « tendance sur plusieurs mois [qui] peut être intéressante pour remettre en question son activité ». Si les indicateurs fournis par Wikio et pris en compte pour établir son classement ne doivent donc pas dicter les actions des blogueurs, ils apparaissent néanmoins comme des points de repère utiles pour identifier d'autres blogs ou tout simplement prendre du recul sur ses propres pratiques.

3.5 Wikio : quels apports ?

Vient enfin la question du gain de ce classement de manière générale pour les blogueurs interviewés, des leviers qu'il offre pour développer leurs activités de blogueurs. La réponse la plus unanime est la notoriété.

La notoriété « renvoie au fait d'être connu d'une manière certaine par un grand nombre de personnes et, qui plus est, de manière avantageuse » (Bourre, Suraud, 1995). Ce gain de notoriété correspond tout à fait au fonctionnement de Wikio et au concept même de ce type de classement : faire connaître au plus grand nombre (tout du moins dans une thématique de niche) l'existence d'un blog c'est-à-dire le médiatiser, et ce de manière avantageuse en l'évaluant et en le comparant ensuite à un grand nombre de blogs similaires. La notoriété semble donc être non seulement l'un des objectifs de l'inscription à ce classement (sur le web, la visibilité et la notoriété s'inscrivent dans un fonctionnement récursif (Alloing, 2011)), mais aussi un des principaux résultats perçus par les blogueurs.

De plus, une partie des interviewés (4 sur 9) perçoit le classement Wikio comme un levier de crédibilité, l'évaluation étant ici gage d'une certaine sélection de l'information par les pairs (qui produisent des liens) et par les internautes (par leurs tweets et leurs votes), venant donc pallier la disparition des *gate keepers* (Cardon, 2010) traditionnels pour la sélection de l'information avant sa diffusion.

Une dernière question posée aux interviewés fut la suivante : comment définiriez-vous, en 5 mots-clés maximum, le classement Top des Blogs de Wikio ? Ci-dessous, voici une représentation²¹ des mots-clés utilisés pour décrire le service, les termes employés plusieurs fois étant dans une plus grande police de caractères :



S'il ne paraît pas utile de discuter l'ensemble des termes fournis par les interviewés, soulignons tout de même :

- L'emploi répétitif du terme « égo » : le classement Wikio serait avant tout utile à l'égo des blogueurs qui y sont inscrits, affirmant ainsi la relation entre écriture d'un blog et écriture de soi. Mais aussi par là même limitant l'intérêt collectif de ce type de classement, puisque tourné avant tout vers les propres intérêts du blogueur évalué ;

- Le terme « amusant » revient lui aussi plusieurs fois, faisant ainsi écho aux notions de jeu ou de challenge perçus par les interviewés ;

- Le terme « opaque » confirme une fois de plus une certaine incompréhension quant au fonctionnement du classement, de ses critères et indicateurs de mesure ;

²¹ Réalisée avec www.wordle.net

- Enfin, un bon nombre de termes soulignant une perception assez négative (ou ironique) de ce classement, comme « dérisoire », « limité », « dépassé », « faible pertinence », « anecdotique », ou encore « obsolète ». L'idée d'obsolescence du classement fait d'ailleurs écho à certaines motivations liées à un effet de mode pour l'inscription dans celui-ci, et bien résumée par l'un des interviewés : « Wikio, c'est un peu le téléphone portable première génération. Il faisait rêver à l'époque, mais la multiplication des *smartphones* l'a rendu obsolète, et ces derniers étant trop nombreux, ils ne font eux-mêmes plus fantasmer. ». Un autre interviewé est, quant à lui, encore plus tranché sur l'apport des classements sur le web en général : « Ils sont facteurs de "médiocrisation" du web ».

4. Discussion des résultats et conclusions

Cette étude exploratoire permet de dégager plusieurs enseignements intéressants, qui restent à confirmer par une extension de l'étude à un plus grand nombre de blogueurs, un suivi longitudinal des blogueurs interrogés pour ce travail...²²

Qu'ils critiquent ou non le dispositif, de manière publique (sur leur blog) ou non, l'évaluation de leur « travail » semble essentielle pour les blogueurs classés, puisque ceux-ci émettent des recommandations quant à l'amélioration d'un possible futur classement. Ces blogueurs « professionnels » ont choisi de se soumettre à une autorité d'évaluation (Wikio), acceptent dans une certaine mesure que l'évaluation proprement dite soit effectuée par un dispositif automatisé procédant d'une approche quantitative (très éloignée de la notion d'autorativité de Broudoux par exemple) et que les résultats de l'évaluation fassent l'objet d'une publicité. Ils n'en sont donc plus au stade d'une interrogation générale sur le principe même et la portée d'une évaluation, mais à celui de l'amélioration possible du dispositif dans la mesure où ils ont compris le bénéfice qu'ils peuvent tirer du système effectif : affichage de l'appartenance à une communauté, gain en visibilité/notoriété, jeu qui peut devenir valorisant à la condition d'être bien classé.

Interrogés sur les aspects techniques du procédé de classement, les blogueurs discutent la catégorisation thématique, le choix des critères d'analyse et des indicateurs de mesure de l'évaluation jugés tantôt trop précis, tantôt pas assez. Le classement est perçu comme pertinent à partir du moment où il évalue un cercle restreint (un « microcosme »), mais perd de sa pertinence s'il s'intéresse à un grand corpus de sources. Les blogueurs interrogés, ce faisant, se placent en position d'experts susceptibles de discuter les critères d'évaluation, une expertise qui procède de leur ancienneté sur le « marché » du blog. En somme, tout se passe comme si des experts acceptaient d'être expertisés, en

²² Plus précisément, trois prolongements de cette recherche sont envisageables :

- L'interrogation d'un plus grand nombre de blogueurs classés, tout en restant dans une logique qualitative car la participation de blogueurs à ce type d'enquête est assez difficile à obtenir, pour confirmer les résultats obtenus.
- Le suivi de l'évolution du système Wikio et une nouvelle interrogation de ce panel d'experts après un temps d'apprentissage et d'analyse des transformations advenues. Il s'agira alors d'observer l'évolution des réactions. Cela implique que le panel des répondants demeure actif et reste classé.
- La confrontation du système Wikio à d'autres dispositifs de classement et étude de même nature auprès de blogueurs classés par ailleurs, afin de rechercher d'éventuelles différences dans le rapport à l'évaluation.

ayant la prise de recul nécessaire pour *évaluer l'évaluation*. Nous nous situons donc à un niveau méta analytique de l'évaluation.

Enfin, les critères de classement paraissent falsifiables et bénéficient aux plus forts (déjà médiatisés) alors qu'à la base ces classements devraient permettre de faire émerger des blogs inconnus mais légitimes de par leurs contenus et leur aspect « professionnel ». Cet exemple confirme l'analyse présentée au premier point quant à la non neutralité des critères d'évaluation et à ce que Martuccelli appelle une philosophie de gouvernement.

En conclusion, ce qui est remarquable dans la réaction des blogueurs classés par Wikio, c'est la manière dont ils s'en sont approprié le principe, les indicateurs et les conséquences. Il est commun qu'un évalué porte un jugement sur son évaluation, selon qu'elle lui est favorable ou pas. Il est commun, aussi, qu'il remette en cause les critères d'évaluation. Mais dans ce cas précis, dans un sens nous semble-t-il plus littéral, le rapport à l'évaluation nous semble pouvoir être assimilé à un jeu. Les règles en sont connues de tous les participants qui se comportent en joueur experts comme s'ils trouvaient à la fois un intérêt direct au résultat et un plaisir ludique à se voir jouer, à voir jouer les autres, à apprécier leurs actions comme lorsque, dans un jeu de société, on apprécie la stratégie d'un autre joueur ou un joli coup joué. Cela pourrait nous conduire à suggérer une relecture de ce cas en termes d'esthétique de l'évaluation.

Bibliographie

ALLOING, C., *Curation sociale et agents-facilitateurs : quel(s) impact(s) sur les stratégies d'information et de communication des organisations sur le web ?*, Médias011 : Y a-t-il une richesse des réseaux, Université Paul Cézanne, 8-9 décembre 2011.

ALLOING, C., MOINET, N., *Des réseaux d'experts à l'expertise 2.0. Le web 2.0 modifie-t-il la création et la mise en place de réseaux d'experts ?*, Les Cahiers du Numérique, 2010/1 – Vol 6, pp.35-55.

AUGEY, D., *Économie des blogs*, Réseaux, 2006/3 n° 137, p. 133-146.

BALANDIER, G., *Variations anthropologiques et sociologiques sur l'« évaluer »*, Cahiers internationaux de sociologie, 2010/1 n° 128-129, p. 10 – 26

BANNISTER, F., *Les évaluations comparatives : un fléau. Analyse de la validité et de l'utilité des comparaisons dans le domaine du gouvernement électronique*, Revue Internationale des Sciences Administratives, 2007/2 Vol. 73, p. 187-206.

BOURRE, R., *De l'évaluation collégiale à l'évaluation à dominante gestionnaire*, Communication et organisation, n° 38, 2010, p. 41-63.

BOURE, R., SURAUD, M-G., *Revues scientifiques, lectorat et notoriété*, Recherches en communication, n°4, 1995.

BROUDOUX, E., *Autoritativité, support informatique, mémoire*, Journées « hypertextes, mémoire, fiction, Montréal, novembre 2003.

BROUDOUX, E., *et al.*, Construction de l'auteur autour de ses modes d'écriture et de publication, publication en ligne, http://hal.inria.fr/docs/00/06/26/61/PDF/sic_00001552.pdf, 2005.

CARDON, D., « La démocratie Internet », Seuil, 2010.

CARDON, D., DELAUNAY-TETEREL, H., *La production de soi comme technique relationnelle*, Réseaux 4/2006 (no 138), p. 15-71.

COMTET, I., *L'évaluation des pratiques professionnelles liées à l'usage des SI : au-delà du paradoxe*, Communication et organisation, n°38, 2010, p. 111-120

FOUQUET, M., PERRIAULT, J., *Évaluation, politiques publiques, politique de recherche*, Communication et organisation, n° 38 « Management de l'évaluation et communication, 2010, p. 29-3

LE CAM, F., *Les carnets (weblogs), une piste pour l'expression citoyenne locale ?*, Deuxième workshop de Marsouin, ENST Bretagne, Brest, 2003
MARCON C., *Le champ d'action réticulaire : un espace de communication stratégique hybride*, Communication et Organisation, n° 20, 2001, 24 p.

MARCON C., 2001, *Le champ d'action réticulaire : un espace de communication stratégique hybride*, Communication et Organisation, n° 20, 24 p.

MARCON, C., *Hybridation des savoirs sur les réseaux. Les blogs professionnels français servent-ils à quelque chose ?*, Journée Scientifique Internationale du réseau MUSSI, « Médiations documentaires : entre réalités et imaginaires », 15 mars 2010, Actes p. 189-200, Avignon

MARTUCCELLI, D., *Critique de la philosophie de l'évaluation*, Cahiers internationaux de sociologie, 2010/1 n° 128-129, p. 27-52.

MORTENSEN, T., JILL, W., Blogging thoughts: personal publication as an online research tool, publication en ligne, <http://imweb.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs in context.pdf>, p.257, 2002.

ORIGGI, G., *Un certain regard. Pour une épistémologie de la réputation*, Workshop « Réputation », Fondazione Olivetti, Roma, 14 avril 2007.

PALDACCI, M., *Le blogueur à l'épreuve de son blog*, Réseaux 4/2006 (n° 138), p. 73-107.

ROLAND, G., DEL VOLGO, M-J., *L'idéologie de l'évaluation : un nouveau dispositif de servitude volontaire ?*, Nouvelle revue de psychosociologie 2/2009 (n° 8), p. 11-26.

SAVOIE-ZAJC, L., *Comment peut-on construire un échantillon scientifiquement valide ?*, Recherches Qualitatives, N°5, 2007

SMYRNAIOS, N., JULIA, J-T., *L'émergence d'un nouveau canal de diffusion de l'information de presse sur l'internet : le cas de wikio*, Conférence ISKO, Toulouse, 2007.