

Les « communautés de crise », nouvelles formes virtuelles d'actions et d'être ensemble

Le 3 mai 2020

Guy Parmentier Maître de conférences HDR à Grenoble IAE, Université Grenoble Alpes (UGA)

Zoé Masson Doctorante en gestion, innovation, créativité, Université Grenoble Alpes (UGA)



« Être seuls ensemble », depuis leurs confinements, les individus mobilisent les communautés en ligne, pour se soutenir, se divertir, et endiguer un virus à l'échelle mondiale. À l'origine, les communautés sont « des collectifs fondés sur la proximité géographique et émotionnelle, et impliquant des interactions directes, concrètes, authentiques entre ses membres », pour reprendre la définition du sociologue québécois Serge Proulx.

Depuis 50 ans, le virtuel crée une nouvelle forme de proximité qui favorise l'apparition de communautés dans de nombreux domaines. Et paradoxalement, ces collectifs virtuels créent des affinités entre leurs membres.

Traditionnellement, on distingue deux grandes catégories de communautés : les communautés de pratiques où l'attention est portée sur le partage et l'apprentissage de nouvelles pratiques ; et les communautés épistémiques, où l'objectif est la création de nouvelles connaissances.

Profitant d'un monde reclus sur la toile, le nombre de communautés en ligne a fortement progressé. Mixant souvent ces deux catégories, plus ouvertes, plus massives et fulgurantes, ces communautés feraient-elles partie d'un nouveau type de communauté virtuelle : les « communautés de crise » ?

Un processus de mise en œuvre accéléré

Le contexte de crise lié au Covid-19 a un effet catalyseur sur la création de nouvelles plateformes virtuelles. Les communautés en ligne ont besoin de temps pour se construire, trouver leur public et créer du lien entre les utilisateurs. Le phénomène actuel, à l'inverse, semble accélérer ce processus de mise en place. Les outils nécessaires à la création de nouvelles communautés virtuelles sont préexistants (sites Internet, réseaux sociaux), facilitant la naissance de communautés rapidement fonctionnelles.

Par exemple, dans le réseau social ResearchGate, la communauté de scientifiques COVID-19 research community s'est créée le 17 mars dernier et rassemblait 28 jours plus tard plus de 10 700 membres, publiant plus de 40 papiers par jours en moyenne.

COVID-19 research community

You can use this page to stay up to date on the latest COVID-19 research as it happens, get help and support others, and contribute to the body of research the international community is using to combat the current crisis.

Unfollow COVID-19 Share

Research (20+ new today) Questions (6 new today) Resources Expert Finder Add new

Contribute COVID-19 research

Submit articles and early-stage research to contribute to the collection of research that can be used to combat the crisis.

Submit research

COVID-19 contributors

10,731

Capture d'écran Research Gate Covid.

Sur une autre plate-forme créée par l'industriel Dassault en 2015, le 3Dexperience Lab, la communauté *The Open Covid-19 community* a déjà rassemblé plus de 300 membres, faisant de cette communauté l'une des 10 plus grosses sur la plate-forme qui en compte 35 depuis sa création.

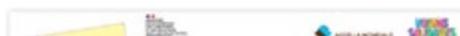
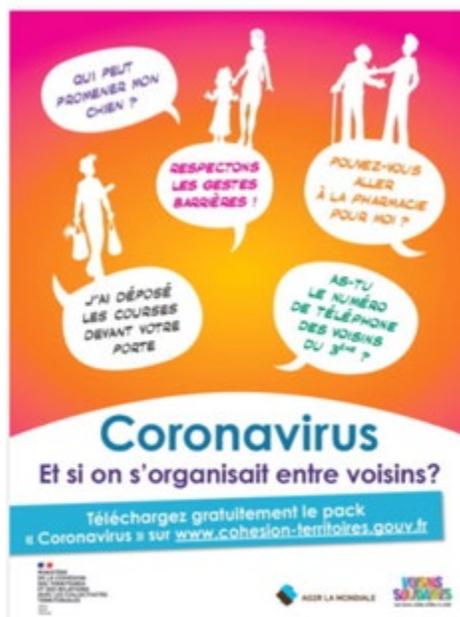


Capture d'écran Open Covid.

Une ouverture au plus grand nombre

La communauté n'est pas ouverte par nature. Le sociologue Émile Durkheim voit dans ces groupes émerger des émotions collectives qui résultent de la récurrence des interactions autour d'un sujet fédérateur. Les membres construisent ainsi une communauté liée par des connaissances et émotions communes.

Ces mêmes membres peuvent aussi « créer du lien autant que de l'exclusion sociale », pour citer à nouveau Serge Proulx. Aussi, le groupe peut être difficile à intégrer pour un nouvel utilisateur qui aura besoin de temps avant d'y trouver sa place.



Capture d'écran VoisinsSolidaires.

Dans les communautés issues de la crise, la force de la cause commune rend les communautés plus accessibles et permet l'implication d'un public plus large. De plus, les mesures de confinement peuvent dégager du temps libre, créer une solitude nouvelle, développer une volonté d'agir... encourageant les personnes à se retrouver sur Internet.

On voit même l'émergence de communautés virtuelles qui sont généralement peu actives dans le monde physique en dehors des périodes de crise, par exemple Voisinsolidaires ou Allovoisin, des plates-formes d'aide locale.

Une massification de l'offre et des utilisateurs

Alors que le monde entier évolue autour du virus, une grande diversité d'acteurs développe des communautés en ligne pour s'adapter à la crise. Tous les domaines s'acclimatent à la nouvelle façon d'échanger et de communiquer sur Internet.

Sport, religion, politique, santé, divertissement : les communautés en ligne fleurissent dans tous les milieux que nous fréquentons. Que ce soit par la création de nouvelles plates-formes ou par l'hybridation des anciennes, le monde continue de tourner et la diversité offerte par le virtuel semble montrer que nos habitudes peuvent s'adapter à cette situation inédite. Ces exemples montrent l'extrême diversité des communautés qui attirent rapidement des milliers d'utilisateurs.

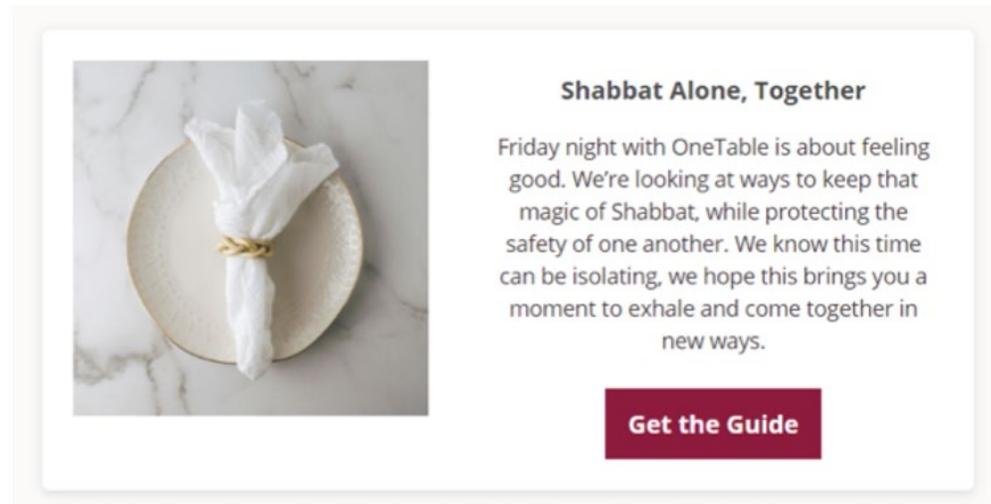
Accompagnés du hashtags #Stayhome, des ultra-trailers (pratiquants de la course à pied dans la nature) organisent le « confined sport challenge ». Un rendez-vous hebdomadaire en ligne où des participants du monde entier réalisent des exploits sportifs en tout genre, depuis chez eux.

Le mouvement politique Place publique invite lui sa communauté à rejoindre « les débats du confinement » chaque mardi soir lors d'un événement Facebook.



Capture d'écran Place publique.

Les communautés religieuses se dématérialisent également, proposant moments de cultes, messes et baptêmes lors de rassemblements en ligne.



Capture d'écran ShabbatAlone.

Une créativité en tout lieu

La motivation comme l'ouverture que l'on retrouve dans les communautés de crise sont des mécanismes qui rendent une communauté créative.

Le phénomène est dû, entre autres, à la socialisation massive des individus sur les réseaux sociaux qui permettent la collecte, l'échange et l'enrichissement des idées.

Lorsqu'il évoque la créativité, dans son livre *Le Cri d'Archimède*, le romancier Arthur Koestler met en avant le mécanisme de bissociation, la combinaison d'éléments a priori sans rapports, comme créateur de nouvelles idées.

Ce phénomène s'observe au sein de communautés développées ces dernières semaines par exemple autour du Getty Museum Challenge dans laquelle les internautes développent une forte créativité pour reproduire des tableaux célèbres en photo, reliant ainsi deux univers différents (#GettyMuseumChallenge).

La production d'idées créatives n'est pas l'objectif premier de ces nouvelles communautés virtuelles mais en devient toutefois un résultat important qui permet de trouver des solutions pour lutter contre la crise.

Vers une motivation plus sociétale

La motivation de l'utilisateur à s'engager au sein d'une communauté virtuelle naît souvent de la recherche d'un bénéfice personnel. D'ailleurs, plus les contributions sont de qualités, plus l'utilisateur se sent engagé dans la communauté et contribue à son tour.

Dans le contexte de crise actuel, les motivations se sont transformées : moins centrées sur le bénéfice personnel mais plus portées par l'effet de solidarité et de partage. L'utilisateur participe

pour soutenir des causes sociétales. Par exemple, accompagner les personnes seules, les seniors, encourager les soignants, etc. pour participer au souffle de solidarité d'un monde confiné.

Cette crise est la première d'une telle ampleur dans un environnement où les technologies de l'information et de la communication sont aussi développées. Elle pose la question de la nature de ces communautés en ligne émergentes. Accélération, large ouverture, massification, grande créativité et motivation sociétale, sont les caractéristiques différenciantes de ces « communautés de crise » qui en font un formidable lieu d'action pour lutter contre les effets de la crise. La question se pose aussi de leur maintien dans le temps, leur momentanéité s'ajoutera-t-elle à leurs signes distinctifs ?

Cet article a été rédigé à la suite d'un appel à contributions flash de la Revue française de gestion dans le contexte de la crise sanitaire engendrée par le virus responsable du Covid-19.

Cet article a donné lieu à une analyse qualitative plus poussée de ces communautés de crise. L'étude a été publiée en 2020 dans le numéro spécial de la Revue Française de Gestion : « Les crises à la lumière des sciences de gestion »



Les nouvelles formes virtuelles d'actions et d'être ensemble ^[1]

Les communautés de crise

Zoé Masson, Guy Parmentier

DANS REVUE FRANÇAISE DE GESTION 2020/8 (N° 293), PAGES 43 À 54

Masson Zoé, Parmentier Guy, « Les nouvelles formes virtuelles d'actions et d'être ensemble ^[1]. Les communautés de crise », *Revue française de gestion*, 2020/8 (N° 293), p. 43-54. DOI : 10.3166/rfg.2020.00487. URL : <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2020-8-page-43.htm>

Résumé Français

La crise du Covid-19 crée une rupture sur le plan spatial et temporel. Pour « être seuls ensemble » lors du confinement, les individus se retrouvent dans des communautés en ligne. Dans ce contexte d'urgence sanitaire émerge des communautés de crise au sein desquelles il est possible d'identifier des caractéristiques propres. Éphémères et basées sur l'improvisation, elles sont ouvertes au plus grand nombre et à la diversité des participants, et se construisent sur des motivations sociétales de façon rapide avec une grande créativité dans les productions.

Résumé Anglais

New virtual form of action and being together: the crisis communities

The Covid 19 crisis creates disruption on the spatial and temporal level. In order to “Being alone together” during confinement, individuals find themselves in online communities. In this context of health emergency, crisis communities emerge within which it is possible to identify specific characteristics. Ephemeral and based on improvisation, they are open to the greatest number and diversity of participants, are built on societal motivations in a rapid manner with great creativity in the productions.

[Accessible sur cairn.info](https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2020-8-page-43.htm)