

CHRISTMAS  
EDITION

# RÉSEAUX SOCIAUX



\$  
**FREE**  
\$

PDF EDITION

*Pulp*  
**OWNI**  
*Digest*



# L'INTERNAUTE, CET ANIMAL SOCIAL

Avec cent millions d'inscrits supplémentaires sur l'année 2010, Twitter a connu un véritable boom alors que le 21 juillet dernier le géant des réseaux-sociaux, Facebook, dépassait les cinq cent millions d'utilisateurs. Plus que jamais le web se fait social et les internautes, par leurs usages, font du réseau une immense place publique où ils viennent échanger plus ou moins librement.

L'explosion des réseaux sociaux modifie profondément la géométrie d'Internet. De nouvelles habitudes naissent, se propagent et disparaissent parfois aussitôt. Beaucoup de questions se posent à commencer par la réalité d'une socialisation numérique, comme si l'on ne pouvait s'empêcher de confronter monde virtuel et monde réel, alors que les deux sont profondément entremêlés.

Qu'importe si les intellectuels restent jusqu'à aujourd'hui globalement silencieux, les utilisateurs eux-même s'interrogent, cherchent et innovent. Premiers acteurs de cette évolution, ils sont peut-être les plus à même de l'analyser.

Qu'ils embarquent les réseaux sociaux dans leur classe lorsqu'ils sont enseignants ou qu'ils créent de nouvelles plateformes plus libres comme diaspora, ils savent s'emparer de ces nouvelles pratiques et les transformer.

Décryptages et questionnements avec neuf articles parus sur OWNI au fil de l'année 2010.

# RÉSEAUX SOCIAUX : LE SPECTRE DU CONSENSUS MOU

PAR [CYRILLE FRANK](#)  
LE 21 AOÛT 2010



Les réseaux sociaux, Facebook et Twitter, accentuent tous deux la valeur de socialisation. Laquelle conduit à une forme d'auto-contrôle de ses membres, notamment via le conformisme qui traduit l'évitement du risque.

Readriteweb avait commenté [l'étude \(2009\) de Cameron Marlow](#), sociologue travaillant pour Facebook, qui montre le décalage entre le nombre d'amis Facebook et le nombre réel d'amis, ceux avec qui on a de vrais échanges.

Les internautes ont en moyenne 130 amis sur Facebook (chiffre 2010) mais ne dialoguent qu'avec quatre d'entre eux (pour les hommes) ou six (pour les femmes).

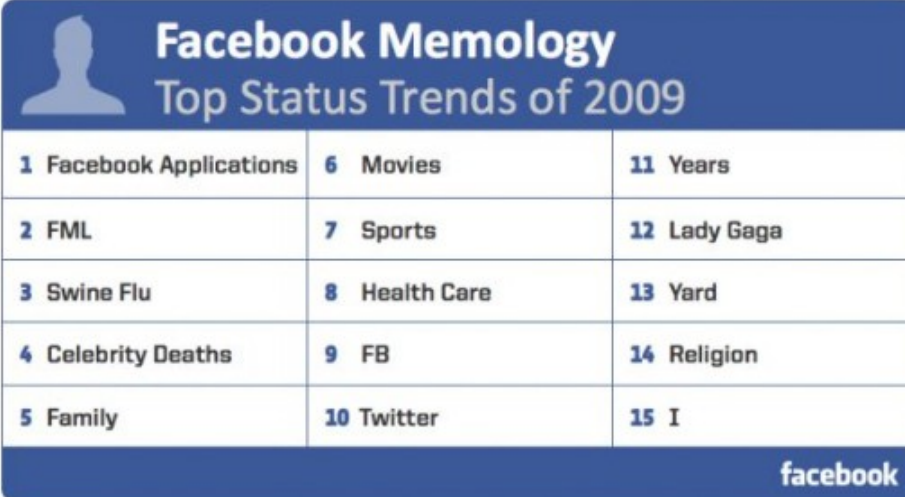
Même les collectionneurs ayant 500 amis ou plus, ne font guère mieux : 10 pour les hommes et 16 pour les femmes. (Peut-être parce qu'[elles y passent plus de temps](#), mais cela ne répond pas à la question de leurs motivations, à creuser...)

Idem pour les interactions faibles (commentaire, like, mise à jour de statuts) le chiffre d'amis réels reste étonnement faible : sept amis en moyenne chez les hommes et dix chez les femmes.

**Voilà qui remet en cause l'idée d'une sur-sollicitation sociale** qui conduirait à l'appauvrissement des échanges en raison du nombre. S'il fallait communiquer avec tout le monde, la teneur des propos serait évidemment réduite à un minimum de mots, par rationnement évident du temps. Il en découlerait une superficialité "mécanique".

### ***PAS APPAUVRISSEMENT MAIS ÉDULCORATION***

L'analyse des [thèmes les plus des abordés](#) dans les mises à jour de statuts sur Facebook en 2009 témoigne d'une tonalité fortement "divertissante" des préoccupations : people, cinéma, sport et les outils eux-mêmes (Facebook, Twitter) occupent le haut du pavé. On note toutefois l'importance de la thématique Santé (en 3 et 8e position du classement ci-dessous) mais davantage pour des raisons conjoncturelles : le buzz autour du risque de pandémie H5N1.



The image shows a graphic titled "Facebook Memology Top Status Trends of 2009". It features a blue header with a person icon and the title. Below the header is a table with three columns listing various topics and their ranks. The table is set against a white background with blue borders. At the bottom right of the graphic is the Facebook logo.

Facebook Memology Top Status Trends of 2009		
1 Facebook Applications	6 Movies	11 Years
2 FML	7 Sports	12 Lady Gaga
3 Swine Flu	8 Health Care	13 Yard
4 Celebrity Deaths	9 FB	14 Religion
5 Family	10 Twitter	15 I

**Le FML (fuck my life) qui correspond à “notre vie de merde”, fait un carton.** C’est un thème ultra-efficace pour créer de la complicité sur le mode humoristique et communautaire avec un message implicite “tous égaux face aux emmerdes”.

Mais exception notable : la position de la Religion en 14 e position, thème sérieux et engageant, mais qui traduit surtout la sur-représentation du continent américain dans le volume global des messages échangés. Les Etats-Unis totalisent 125 millions d’utilisateurs contre moins de 19 millions pour la France - [chiffres juillet 2010](#). Je gage qu’en France, la thématique religieuse serait bien plus faible.

Si cette étude, n’entrant pas dans le détail des propos, ne peut servir à prouver le caractère inoffensif des conversations -les commentaires parfois haïneux des sites sportifs en témoignent- il montre en tout cas l’absence de thématique politique. Mais sans doute y a-t-il là une explication d’ordre démographique avec une forte proportion de jeunes (45% ont moins de 25 ans cf graphique ci-dessus)

En l’absence de données qualitatives, il faudra donc se contenter d’hypothèses et de subjectivité personnelle (assumée) :

Car si l’on a vu que la [sur-sollicitation informationnelle](#) ne générerait pas nécessairement plus d’échanges réels sur Facebook, et on peut en supposer la même chose sur Twitter, on peut imaginer un effet

indirect de cette masse d'auditeurs silencieux.

**Et c'est là que se situe peut-être le principal danger des réseaux sociaux : l'édulcoration des propos, l'auto-censure, le politiquement correct.**

Comment ne pas dire que des choses très superficielles et consensuelles quand son auditoire potentiel est si varié ? Qu'il est constitué à la fois d'amis, de collègues (voire son chef), de membres de sa famille... Qu'il comporte indifféremment des gens de droite, de gauche, des laïcs ou religieux, et autant de valeurs différentes, parfois aux antipodes ?

Il se produit alors dans le privé ce qui se passe dans la sphère publique pour les personnes médiatiques, politiques ou people : le minimum dénominateur commun. **Une fois que l'on a ôté toutes les occasions de déplaire, que reste-t-il ?**

Il reste les belles valeurs universelles de générosité et d'amour, d'égalité et de tolérance que l'on peut observer à travers les causes ou les groupes :

[Soutien aux deux journalistes de France 3 retenus en Afghanistan](#)

[Pour que Facebook soit plus vigilant sur les propos racistes et homophobes](#)

[La ferme des célébrités : Marre des stéréotypes racistes sur l'Afrique !!](#)

Il reste l'humour et la dérision via les [insolites](#), [fakes](#) et autre [pubs rigolotes](#). C'est le LOL gentillet tellement en vogue aujourd'hui car il permet notamment de limiter le risque social tout en s'assurant une popularité.



### ***L'ÉVITEMENT DU CONFLIT***

Ce que l'on observe sur Facebook, comme dans la société en général, c'est l'évitement de l'affrontement, de tout heurt communicationnel.

Ce qu'on appelle le "small chat" ou les discussions d'ascenseur.

Surtout ne dire que des choses bien lisses, pas engageantes qui ne vous livrent pas trop. **Car il s'agit aussi de se protéger de la multitude.**

La plupart des gens que j'observe sur Facebook se comportent comme des grands timides qui auraient convoqués une conférence de presse pour parler d'eux. "Que vais-je bien pouvoir publier sur mon mur de pas trop personnel ? Tiens une pub marrante, ça devrait leur plaire"

Quand un message négatif est émis, ce dernier prend bien garde d'enfoncer les portes ouvertes de l'indignation générale : Les Bleus quelle honte, Domenech quel imbécile, Hortefeux quel salaud...

### ***UN POIL PLUS DE LIBERTE SUR TWITTER***

Il y a sans doute sur Twitter un peu plus de liberté de ton en raison de

la plus forte homogénéité de ses utilisateurs actifs, lesquels sont issus de la sphère davantage professionnelle que privée.

Et surtout, en raison du profil plus individualiste et socialement dominant de ces hyper-tweeters qui leur confère une assurance beaucoup plus forte. On y retrouve d'ailleurs la quasi-totalité des blogueurs "influents", de [Maitre Eolas](#) à [Jegoun](#) en passant par [Koztousjours](#), comme un grand nombre de journalistes jeunes et branchés : [Vincent Glad](#), [Alex Hervaud](#), [AudeBaron](#)...

Ou encore des professionnels de la communication influents qui s'efforcent de lutter contre l'auto-censure et renforcent même leur marque par ce biais. C'est [ce que raconte Michelle Blanc](#) forte de "ses plusieurs milliers d'abonnés".

C'est à propos de ce critère d'individualisme (et d'individualité) plus grand que je déclarais, de manière un peu provocatrice, que [Twitter est de droite quand Facebook est de gauche](#).





## ***UNE PROVOCATION CALCULÉE***

D'ailleurs, il y a parfois, parmi la faune dominante, une stratégie délibérée de différenciation et de médiatisation par la provocation notamment via les "twitt-clashes".

Une distance savamment étudiée par rapport à la norme, qui permet d'être socialement transcendant, à la fois extérieur et donc supérieur à la foule. Un procédé aux motivations complexes que je décrypte dans mon [article dédié aux bastons sur Twitter](#).

**À Facebook l'humour inoffensif et souvent burlesque, à Twitter le [LOL sarcastique](#)** (ironique et méchant) qui n'est pas sans rappeler le film [Ridicule](#).

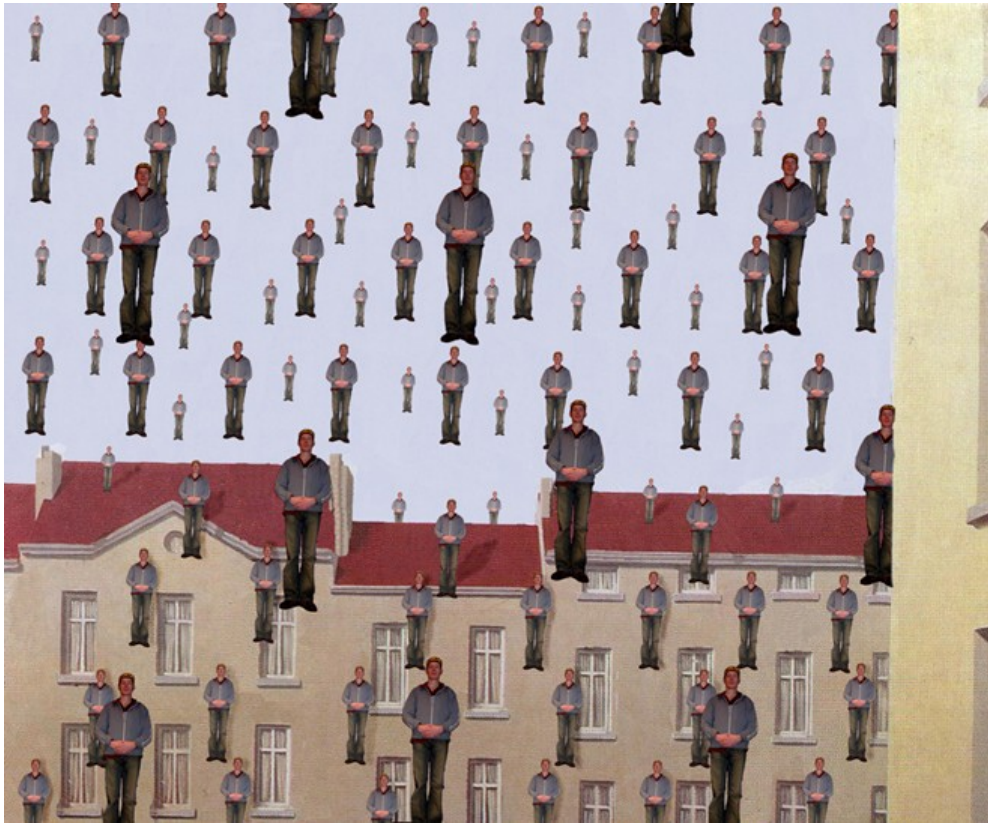
Mais Twitter non plus n'échappe pas à ses marronniers consensuels tels la liberté de télécharger, la lutte contre le contrôle étatique, bref discours classique des geeks libertaires sur-représentés également parmi les influents du réseau. Je recommande à tout socio-suicidaire de venir défendre sur Twitter l'industrie musicale contre le peer to peer ou la loi Hadopi. Même la populaire NKM malgré sa prudence y [a laissé quelques plumes](#).

## ***PANURGE CA URGE***

On retrouve ce conformisme de position dans l'usage des retwitts. Certaines autorités, certains noms agissent sur la masse (dont je fais partie) comme des neutraliseurs de sens-critique. J'en ai été moi-même victime en retwittant des [articles que j'ai trouvés géniaux sur l'instant](#), pour ne pas avoir pris assez de temps à y réfléchir. L'article ci-dessus qui théorise "la mort du web" n'en est pas moins intéressant, mais il m'a fallu [lire celui-ci](#) pour comprendre mon empressement aveugle à l'enthousiame.

**C'est le biais même de Twitter qui est aussi sa qualité : la vitesse.** Il faut aller vite car retwitter un truc trop vieux, confine au ridicule. Si l'on veut avoir les bonnes places du RT, c'est comme au

théâtre, il faut être le premier. Ah vanité de la course aux followers...



Alors, pour limiter le risque, on se repose sur des valeurs sûres. Chris Anderson de Wired, c'est quand même pas le dernier des imbéciles ! Les facteurs additionnés de vitesse et réputation tendent sur Twitter à renforcer encore davantage l'autorité de la source. Ce qui nous rappelle la [fameuse expérience de Milgram](#) devenue célèbre récemment via une [polémique émission de télé](#).

On en arrive alors de temps à autre, à ces ratés des RT. Quand la vitesse nécessaire pour accroître son influence nous fait ripper. Comme ces retweets de messages comportant de mauvais liens. Ou ces relais d'articles dont le titre plus ou moins racoleur dit précisément le contraire du texte, ce qui signifie que le retwitter n'a pas jugé utile de lire l'article qu'il recommande pourtant aux autres. Phénomène probablement d'autant plus grand vis à vis d'articles anglo-saxons : "oué, moi je lis la presse étrangère, oué... mais que le titre"

## ***ET SI LA MATRICE C'ETAIT NOUS ?***

"L'enfer, c'est les autres" disait Sartre dans Huis-clos, ou plus exactement, [l'enfer c'est l'image de soi qu'en ont les autres](#), quand cette image est mauvaise.

**On pourrait dire plus simplement que l'enfer, c'est soi-même.** Nous sommes piégés par notre ego et notre besoin d'amour qui nous conduisent à être dépendants des autres, de l'image qu'ils peuvent avoir de nous.

Le sociologue et linguiste [Erving Goffmann](#) a très bien démontré, notamment dans "[The face work](#)" comment nous jouons des rôles et "théâtralisons" notre communication (verbale et non verbale), de façon le plus souvent inconsciente. Ceci, pour mieux correspondre à l'image que l'on souhaite donner de nous-mêmes ou pris au piège de l'image que l'on croit donner. De sorte que **les échanges sociaux sont une négociation permanente de notre image.**

Un négoce qui s'incarne même aujourd'hui à travers un marché boursier créé pour mesurer [la cote de e-réputation des usagers Facebook](#) et des réseaux sociaux de manière plus globale.

Et ce n'est peut-être qu'un début des offres de services liés à la e-réputation, on connaît les désormais [les effaceurs](#), peut-être demain les relookers de e-réputation, chargés d'inventer une vie ou un passé valorisant ? Mais P. K. Dick l'a sans doute déjà écrit dans l'un de ses [innombrables et prémonitoires romans](#).

Avec les réseaux sociaux nous sommes reliés en permanence dans le temps et dans l'espace et renonçons, dans une certaine mesure, à notre autonomie de pensée au bénéfice du groupe. Ceci, car **la valeur de socialisation l'emporte, sauf exceptions, sur l'individualisme.** Nous troquons une certaine liberté contre une sécurité affective et une estime de soi. Et comme dans la matrice, on n'a pas envie de se réveiller...

Crédits photo CC Flickr [Just.Luc](#), [vividBreeze](#), [gaspi \\*yg](#) [Mr](#)

Bullitude.

---

**Initialement publié sur Mediaculture**

# RÉSEAUX SOCIAUX: DES INTELLECTUELS FRANÇAIS INAUDIBLES

PAR **CECIL DIJOUX**  
LE 1 SEPTEMBRE 2010

Alors que les réseaux sociaux modifient chaque jour un peu plus notre perception du monde et nos rapports aux autres, les penseurs anglo-saxons s'emparent du sujet. Du côté des intellectuels français, on fait face à un silence éloquent.

Je me posais cette question en lisant le remarquable [Here Comes Everybody](#) de [Clay Shirky](#) : où en sont nos intellectuels sur le sujet des réseaux sociaux ?

Quelles réflexions, recherches et pensées sont produites par nos sociologues, économistes, philosophes, politologues, éditorialistes pour donner du sens aux remarquables mutations de la société que l'avènement du web collaboratif et des réseaux sociaux provoquent ? Et, au delà, quelle est la portée de cette réflexion dans le monde connecté ?

## ***Talk about the revolution***

Parce qu'elles transforment radicalement ce qui touche à notre travail, à la culture, aux médias, à la connaissance, aux métiers créatifs, ces technologies sont jugées révolutionnaires par des auteurs passionnants aux quatre coins du monde : où sont les nôtres ?

Où sont nos [Clay Shirky](#), [Jamie Surowiecki](#), [Chris Anderson](#), [David Weinberger](#), [Christopher Locke](#), [Alexander Bard](#), [Andrew McAfee](#), [danah boyd](#) ? Pour ces essayistes mondialement reconnus, le caractère révolutionnaire d'outils permettant pour la première fois de la diffusion de masse *Many to Many* ne fait aucun doute : il est comparé à ceux de l'imprimerie, du téléphone ou des outils de diffusion de masse (radio, télévision) ...

Si les intellectuels français ont tenu le haut du pavé de la pensée de la seconde moitié du 20ème siècle et des révolutions sociales qui l'ont traversé, pourquoi sont-ils inaudibles au sujet d'internet, "*symbole le plus puissant du changement social de ces dix dernières années*" selon [Gérard Grunberg \(Sortir du pessimisme social\)](#) ?



Pour un Grunberg, un [Michel Serres](#) (qui s'enthousiasme pour

l'[innovation](#) ou [Wikipedia](#)) ou un [Lipovetsky](#) (*L'invention de la pilule ou d'internet a plus bouleversé nos modes de vie et fait plus changer le monde que les antiennes trostkystes*) qui reconnaissent l'apport d'internet, combien de [Dominique Wolton](#), [Paul Virilio](#) ou de [Alain Gérard Slama](#) ?

Il ne s'agit pas d'idéaliser la technologie et de l'exempter de tout défaut mais de comprendre l'absence de pensée rationnelle sur le sujet en France.

Petit état des lieux. Sans même avoir à solliciter [Finkelkraut](#), on obtient un triste bilan.

## ***Catastrophisme***

Un des intellectuels français les plus influents sur le sujet d'internet et des technologies est [Paul Virilio](#). Il a baptisé son ouvrage sur le sujet [Cybermonde, la politique du pire](#) et parle en toute simplicité de la "propagande faite autour d'internet" comparant les médias à "l'occupation" et son activité à celle d'un "résistant".

Le rapport de Virilio à la technologie et au progrès est principalement basé sur la notion d'accident : *Ce qui est venu avec l'engin rapide ce ne sont même plus les hasards du voyage, c'est la surprise de l'accident* ([Esthétique de la disparition](#)). Notion que l'on retrouve dans son analyse très subtile d'internet dans [Cybermonde](#) :

*Les nouvelles technologies véhiculent un certain type d'**accident** et un accident qui n'est plus local et précisément situé comme le naufrage du Titanic ou le déraillement d'un train, mais un **accident** général, un **accident** qui intéresse immédiatement la totalité du monde. Quand on nous dit que le réseau internet à une vocation mondialiste, c'est bien évident. Mais l'**accident** d'internet ou l'accident d'autres technologies de même nature est aussi l'émergence d'un **accident** total pour ne pas dire intégral.*

Cet extrait figure dans l'[Anti-manuel de philosophie](#) de Michel Onfray (excellent guide au demeurant si vous souhaitez préparer le bac de philo : pédagogue et pratique) : il ne s'agit pas d'une voix isolée dans

le paysage philosophique français.

Nous ne sommes pas ici dans de la pensée mais dans de la croyance, de l'idéologie. À l'absurde et dangereux fétichisme technologique du [techno-utopianism](#) d'un [Georges Gilder](#), Virilio répond par une diabolisation. Il va falloir être pédagogue pour expliquer en quoi cette position n'est pas symétriquement absurde et dangereuse.

En se présentant en *résistant*, Virilio évoque plus la résistance au changement et déni du réel que de valeureux défenseurs de la patrie.

### ***Spéculation intellectuelle***

Ce qui gêne beaucoup à l'extérieur de nos frontières c'est ce ton péremptoire, cette certitude d'une annexion de la toile par "[le grand méchant marché](#)". On retrouve cette pensée chez Wolton [en 1999](#) :

*Soit l'on a affaire à un immense réseau commercial – à l'échelle du commerce électronique mondial -, soit à l'un des éléments d'un système de communication politique et d'expression individuelle pour la communauté internationale. Les deux perspectives sont contradictoires, et c'est mentir que de faire croire qu'Internet peut les servir simultanément et sans conflits...*

Un peu comme l'Équipe qui condamnait Jacquet avant la coupe du monde 98, pariant sur une défaite qui, statistiquement, avait plus de chance d'advenir que la victoire, les intellectuels ont misé dans le [pari Carr-Benkler](#) sur la victoire du web marchant pour pouvoir se placer ensuite en grand visionnaire. Encore une fois, un positionnement moral très discutable.

Pas de bol : l'histoire les a complètement désavoués. En effet, le formidable succès de Wikipedia, l'avènement du logiciel libre et la régulation opérée par la communauté des hackers, développeurs et utilisateurs sur la gouvernance d'internet n'auraient pas été imaginé par les plus utopistes à l'époque où Wolton écrit ce texte. Il est d'ailleurs intéressant de constater que ces deux sujets (Wikipedia et le logiciel libre) sont soigneusement évités par ces penseurs.





*l'information, bien qu'inscrites depuis son origine. Rouvrant l'espace à l'économie des usages et la sociologie économique, la «révolution numérique» semble, encore un moment, devoir rester bien jeune.*

Le sentiment qu'inspire ce texte : l'auteur en recopiant les concepts et idées tâche de se les approprier pour mieux en diluer la dimension novatrice.

## **Remise en cause**

Après le catastrophisme, la minimisation, la spéculation intellectuelle nous avons aussi des exemples de remise en cause même de la valeur.

Ainsi cette émission de France Culture dont [hypertextual a déjà parlé](#).

Dans cette émission le chroniqueur [Alain Gérard Slama](#) se confrontent à Patrick Bazin au sujet de la numérisation de la grande bibliothèque de Lyon :

*Les propos d'AGS de ce matin, particulièrement virulent à l'égard de [Wikipedia](#) (des sources de données peu fiables) ou des nouveaux usages collaboratifs d'internet (en agrégeant des données sans pertinence on ne fait pas de l'analyse mais du n'importe quoi) prouvent qu'il est [très mal documenté](#) sur le sujet.*

*Lorsque l'on sait comment Slama prend habituellement mille précautions dans ses chroniques matinales pour exprimer sa perplexité sur un sujet donné, la virulence de ses propos auraient tendance à exprimer autre chose que de la pure argumentation rhétorique.*

## **Préservation des institutions**

On peut avancer deux raisons justifiant la défiance des intellectuels envers internet.

D'une part, en tant qu'individus adoubés par les institutions, ils disposent d'un statut coulé dans le marbre républicain. Les outils sociaux, avec la grande fluidité sociale qu'ils facilitent, incarnent une société en perpétuel mouvement : ils remettent en cause ces statuts et ces institutions.



Apparaît alors une analogie entre l'objectif principal poursuivi par les cadres d'entreprises et celui des intellectuels français : la préservation de leurs institutions respectives. Ces deux pôles opposés de notre société (en gros : l'axe privé Vs Public) s'avèrent être des alliés objectifs contre les réseaux sociaux et la menace qu'ils représentent pour ces institutions en tant que vecteurs de transparence et de facilité de collaboration.

*“Le premier objectif des institutions est l'auto-préservation. Elle feront tout pour conserver les problèmes qui justifient leur existences” – Clay Shirky*

D'autre part, ces outils diffusent une culture internet et numérique à des échelles et vitesses prodigieuses. Cette culture est complètement étrangère pour la majorité de nos élites. Elle est perçue comme impure car leur bagage culturel classique y est de peu de recours pour

y évoluer.

*Il y a une vraie répugnance de nombreux étudiants en philosophie vis-à-vis de l'épistémologie contemporaine qui s'efforce de penser et problématiser les mutations provoquées par la société de l'information, les techno-sciences et la biologie génétique. Cette répugnance trouve son origine dans la résistance de professeurs à affronter de telles questions exigeant de se frotter au monde contemporain qui ne s'éclaire pas seulement à la bougie de Descartes...*

*([Benjamin Pelletier](#))*

La deuxième partie de cet article décrit les piliers de cette culture et en quoi elle rebute nos universitaires.

### ***Comment être audible ?***

Il est important que nos intellectuels participent à cette réflexion sur la révolution des réseaux sociaux. Notre tradition intellectuelle est considérable et sa contribution pour contrebalancer une pensée majoritairement anglo-saxonne sur le sujet est nécessaire.

Reste que pour être audibles, cette réflexion doit se disséminer sur les réseaux sociaux et la blogosphère. Pour cela, nos intellectuels devront s'adapter à cette culture. Pour être entendue leur pensée doit-être rationnelle, argumentée, cohérente, pratique et venir de l'intérieur (i.e avec une connaissance intime du sujet, provenant de l'utilisation de ces outils).

Une critique péremptoire privilégiant la spéculation intellectuelle, une rhétorique douteuse ou qui n'est pas une perspective utilisateur ne suscitera qu'indifférence.

La marche en avant continuera, avec ou sans eux.

---

### **[Lire la deuxième partie de cet article](#)**

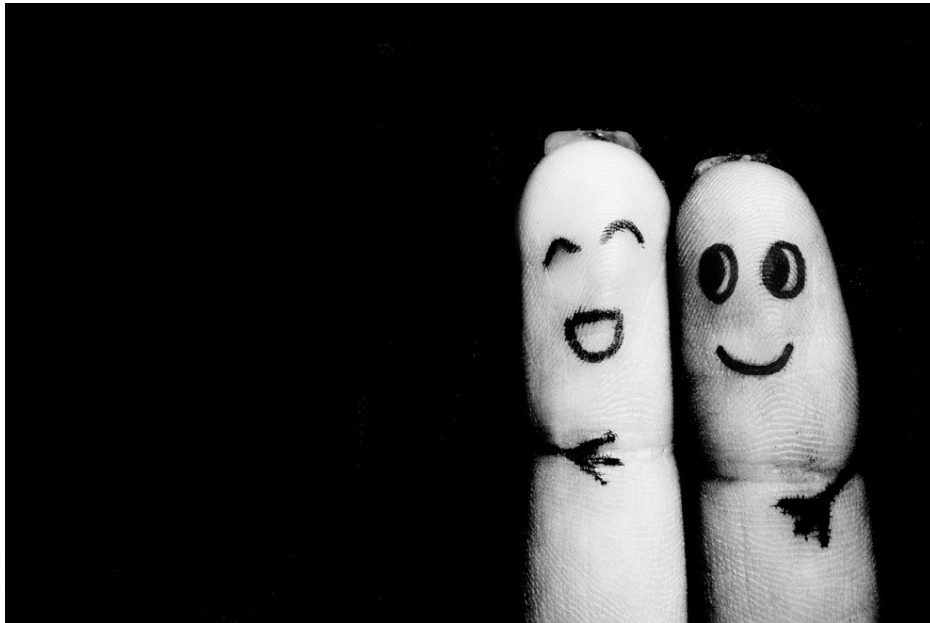
Cecil Dijoux est blogger sur [hypertextual](#) où cet article est initialement publié.

Réseaux sociaux - OWNIXMAS 2010

Crédits photo cc Flickr [Eleaf](#), [tartanpodcast](#) et [Anne Helmond](#).

# FACEBOOK, TWITTER: LE VOCABULAIRE S'ADAPTE

PAR [BOUMBOX](#)  
LE 5 OCTOBRE 2010



"Ami", "partager", "liker" "j'aime"... retour sur le vocabulaire facebookien et les glissements sémantiques qu'il provoque.

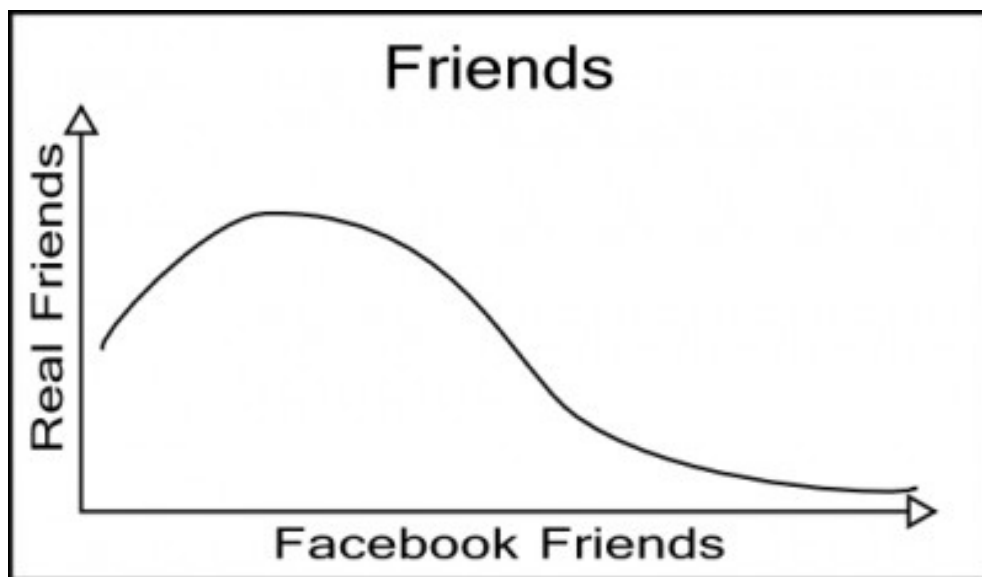
« *Mal nommer les choses, ça fait grave chier* », disait en substance Camus. C'est parfois vrai des [néologismes](#), ça l'est encore plus des vieux logismes employés à tort et à travers.

Internet en est plein. Ça fait peut-être chier [les éditeurs du New York Times](#) que les journalistes conjuguent le verbe tweeter à toutes les

saucés, mais il vaut peut-être mieux risquer d'employer un mot à la mode qui sera oublié dans cinquante ans que de s'accrocher à un vieux vocabulaire inventé pour décrire une réalité en voie d'extinction.

Facebook est encore une fois le pire des coupables. Zuckerberg ne pouvait probablement pas s'en douter, mais en choisissant le mot « ami » (qu'il a de toute façon repris à Friendster et MySpace) plutôt que « contact » comme un client mail ou plutôt que d'inventer un mot comme « Facers » ou je ne sais quoi, en faisant ce choix donc Zuckerberg et les gens à qui il a piqué leurs idées ont probablement transformé le sens du mot « ami ».

*Ami : du latin amīcus de même sens, dérivé de amare (« aimer »).* Je sais pas vous, mais moi j'ai quelques « amis Facebook » que je n'aime pas vraiment.



« Ami Facebook », on entend ça de plus en plus, parce que la distinction avec un véritable ami est importante. Quelqu'un de chez Google avait fait une présentation intitulée [« The Real Life Social Network »](#).

Malgré son titre qui laisse croire à une version télé-réalité du [prochain film de David Fincher](#), c'était en fait une [présentation PowerPoint super instructive](#) qui expliquait quelques trucs sur les

réseaux sociaux IRL et ce que les réseaux sociaux du web pouvaient en tirer comme leçon pour s'améliorer.

L'un des constats les plus évidents, c'est que les réseaux de la vraie vie sont plus complexes que Facebook et qu'un seul mot comme « friend » ne pouvait décrire l'ensemble des relations avec les « collègues », les « connaissances », la « famille », les gens avec qui on a été à l'école, les types qu'on a croisés dans une soirée une fois, les profils de putes russes qu'on a ajoutés « par mégarde »...

D'ici 10-20 ans, si les plans de domination de Zuckerberg se déroulent comme prévu, il aura probablement totalement annexé le mot « ami » et on aura naturellement développé des néologismes destinés à dire exactement ce qu'ami voulait dire auparavant.

Ce n'est pas comme si ce genre de glissement du sens était un phénomène si nouveau que ça : « Énervant » voulait dire exactement l'inverse de ce qu'il veut dire aujourd'hui, à l'origine. « Formidable » signifiait « capable d'inspirer la plus grande crainte ». « Je tiens beaucoup à toi, tu es important dans ma vie » ne voulait pas dire « tourne moi le dos que j'y plante des couteaux » et « essayons de repartir sur des bases saines » pour moi ça voulait pas dire « approche-toi j'ai encore quelques lames pour toi ». Biatch !





Enfin, bref... Les problèmes de la terminologie néophobe de Facebook ne s'arrêtent pas là : si je clique « j'aime » en bas d'un article de presse, je peux me retrouver, sur mon mur, avec des choses comme « Cédric aime 10 000 morts au Pakistan ». On ne sait souvent pas si on aime l'article, les faits qu'il relate ou si j'ai cliqué sur « j'aime » pour « partager » un truc que je n'aime pas du tout. Nous sommes nombreux à résoudre une partie du problème en utilisant la terminologie de la V.O. : on dit « liker », parce que ce n'est pas la même chose que « aimer ».

C'est moins évident, mais même « partager » pose problème : le sens originel du mot implique une division de l'objet du partage en « parts ». Quand je « partage » quelque chose sur Facebook, je ne fais preuve d'aucun altruisme, puisque j'en ai toujours autant pour moi. Utiliser le mot « diffuser » ou un néologisme facebookien serait plus juste, encore une fois.

Alors chez Twitter on écrit des « tweets » et on a des « followers », on fait des #followfriday, #hashtags, « cc », « RT », etc. et on a l'air un peu con quand on en parle aux gens qui ne connaissent rien de tout ça, mais au moins, on sait nous clairement de quoi on parle.



Un autre de ces trucs intéressants que nous apprenait la présentation « the real life social network », c'est qu'il semble que les êtres humains ne peuvent pas vraiment entretenir des liens, même ténus avec plus de 150 personnes en moyenne. Genre au-delà de 150 habitants, les villages des premiers hommes se divisaient et aujourd'hui sur *World Of Warcraft* les guildes qui dépassent 150 personnes emmerdent leurs membres.

Moi quand je dépasse de trop loin 150 followings sur Twitter, je fais du ménage, mais apparemment ça n'est pas un problème pour tous ceux qui suivent 800 personnes et qui ont plus de 500 « amis Facebook ». Si quelqu'un fait de vous son 151ème « ami », ne vous emballez pas, vous êtes probablement moins qu'une « connaissance » pour lui, vous êtes un chiffre.

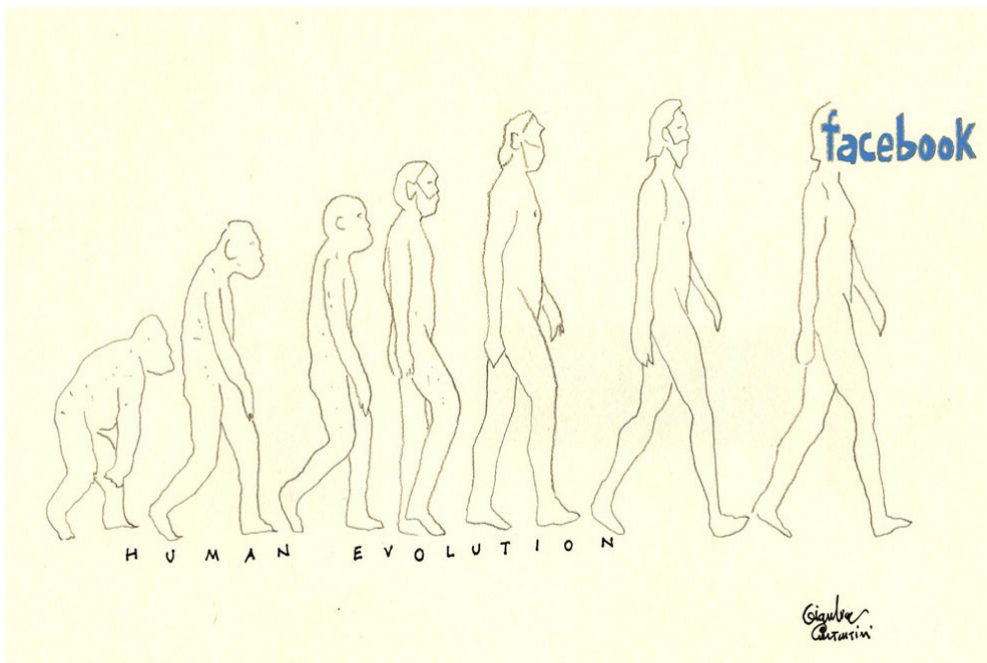
---

Billet initialement publié sur [Boum box](#)

Image CC Flickr [Juliana Coutinho](#)

# OPEN GRAPH: FACEBOOK DEVIENT ROI DE L'ATTENTION

PAR **ALEXIS MONS**  
LE 26 AVRIL 2010



Il s'est passé quelque chose dans le monde du web: Facebook a sorti un nouvel outil, Open Graph, qui permet de "liker" n'importe quel contenu publié sur Internet. Une évolution importante pour l'économie de l'attention.

Si l'on juge de l'avis général des commentateurs sur les annonces de Facebook, il s'est passé quelque chose entre mercredi et jeudi dernier. Beaucoup de questions et surtout beaucoup d'enthousiasme. L'envie

de croire, pour beaucoup, qu'une alternative a éclot, que le web change.

Il s'est effectivement passé quelque chose. A mon goût la cristallisation de ce qu'on savait déjà, plus l'éclairage de quelque chose de plus profond pour l'internet en général et le business en particulier. Un vrai **grand instant pour l'économie de l'attention** en tous les cas, et un vrai potentiel pour la faire prospérer...

**En préambule**, deux lectures choisies pour ceux qui étaient en mode déconnecté complet, [celle, à chaud, de Robert Scoble](#) et le [tour d'horizon d'Alex Iskold chez RWW](#).

Cela fait un bon moment maintenant que l'on sait que **Facebook a gagné la partie**. Celle du hub social, du compte maître qui gouverne tous les autres. [En occident](#) pour être précis, car il y a d'autres réseaux dominants en Asie notamment. Passons. [Facebook est plus que mainstream](#), c'est **le compte maître de l'homo numérique**. Personne ne dispute plus cette position.

Jeudi matin nous nous sommes simplement réveillé avec ce qui est **une réalité**.

Facebook Connect, et Open Stream qu'on oublie souvent, étaient deux idées timides, dont le succès devait appeler quelque chose de plus ambitieux. C'est donc fait avec Open Graph. Il n'y a donc **pas de révolution** à mes yeux. C'est juste **un effort de simplification appréciable**, qui va permettre à Facebook de cultiver ce qui a toujours fait sa valeur : **la viralité**.

**Ce n'est pas une rupture**, cela vient en continuité, mais comme cela vient en même temps que l'adoubement symbolique du vainqueur, ces annonces marquent le coup et nous font prendre conscience à la fois de la position acquise et du potentiel qui est devant. Je crois aussi qu'[à force de n'y voir pas clair dans la manière dont Facebook gagnerait de l'argent](#), plus le fait que les usages sociaux y sont faibles, il y avait beaucoup de doutes et du

dénigrement. J'ai pour ma part la grande impression de lire des tas de billets qui sont autant de remise à plat sinon de mea-culpa déguisés.

**Il reste quand même un doute**, cet [arrière-goût dont parle Marshall Kirkpatrick](#). Beaucoup se demandent si l'histoire va repasser les plats et voir les utilisateurs se rebeller et faire reculer Facebook comme avec Beacon. Pour moi, Zuckerberg [s'était pris pour Dieu](#) et s'était pris un platane. Aujourd'hui, s'en est terminé des envolées mystiques. **Open graph, c'est du business**, point/barre.

Je ne dis pas qu'il n'y a pas des problèmes et des risques. Mais il y a les discussions de spécialistes et de militants, et le reste. J'y ai bien réfléchi depuis jeudi et je ne crois pas à une nouvelle rébellion. Le plat n'était pas repassé avec Connect et il ne devrait pas repasser avec Open graph. Beacon changeait les règles du jeu social pour l'utilisateur, qui plus est à une autre époque en terme de masse et de composition de cette masse d'utilisateurs. Open graph ne fait que les étendre, plus donner quelques facultés pratiques déjà défrichées par Connect.



Cela dit, il y a quand même un doute car, entretemps, le débat pour la vie privée est passé du côté des Etats et des institutions. Facebook devra composer avec ça, autant que Google. Comme je le développais jeudi dernier, ils sont tellement *mainstream* qu'[ils posent des questions de bien commun](#) qui vont avec les envies de **régulation** du moment ou autre débat sur la **neutralité**.

**Maintenant, si on est donc d'accord pour dire que Facebook est le nouveau grand avec un gros potentiel devant lui, est-ce pour autant qu'il « change le web » comme y vont certains, voir qu'il challenge Google avec une disruption du**

## **modèle publicitaire ?**

**Facebook ne change pas le web, il est révélateur du changement du web.** Si ce changement, comme certains le pointent, est celui d'un web où énormément d'usages se concentrent sur des plateformes (une en l'espèce), c'est déjà le cas. Vu en terme de trafic et surtout d'attention, la messe est dite. Comme certains l'ont relevé, Facebook, rien qu'en France, rassemble en permanence plus de monde qu'un de ces bon vieux prime-time télévisuels d'antan et concentre plus d'attention en durée que la grand-messe du vingt heure. Quoi qu'on en pense et qu'on en dise, c'est là que ça se passe aujourd'hui. Et ça grandit.

L'évolution du web n'est pas le fruit de la décision d'un Zuckerberg ou de qui que ce soit. Zuckerberg a simplement une belle machine en prise avec la façon dont les gens utilisent le web de plus en plus. Il ne fait que les suivre. Il en a la capacité, à contrario de Google qui ne joue pas ce jeu. **Google joue un autre jeu**, celui des contenus (et des apps qui s'y ajoutent) et son adversaire s'appelle Apple. Avec Open graph, Facebook montre que Google ne domine pas tout, ce qui enfonce une belle porte ouverte.

Aussi, **le modèle publicitaire de Google n'est pas directement concerné.** Nous sommes par contre ravi, chez groupeReflect, de voir ces annonces enfonce le clou de l'économie de l'attention. Nous sommes joyeux et impatients de démontrer à travers elle [notre vision que l'attention est le conducteur moderne de la valeur.](#)

### **Enfin, je n'ai qu'une seule véritable interrogation.**

Facebook va donc nous permettre de dire « je t'aime » à plein de choses, sans doute à presque tout sur le web bientôt. Et l'on verra si d'autres « aiment » aussi, notamment parmi nos « amis ».

Le petit monde du marketing est tout émoustillé de voir qu'il va pouvoir [bénéficier de données inestimables.](#) Oui, comme l'indique Frédéric Lardinois, [les métriques vont faire un saut quantique](#), tout comme ce bon vieux web sémantique dans lequel plus personne ne

croyais. Il fallait donc maîtriser l'environnement d'usage d'un demi-milliard d'occidentaux pour le faire...

**Aussi, j'aimerais bien savoir ce qu'en pensent les gens du CRM de ces annonces.** Car, pour le coup, s'il y a un impact puissant à chercher, il est à mon avis là. Et il est puissant. On n'a pas fini d'en parler.

Cela dit, j'ai donc une interrogation. Celle de savoir **quel sens exact va représenter le « j'aime » pour l'utilisateur qui le fait ?** C'est à mon avis une question d'importance car elle conditionne la bonne réception du retour et la bonne compréhension des chiffres. On sait déjà que quand quelqu'un dit qu'il « attend » un événement sur Facebook, ce n'est pas pour y participer, c'est pour manifester qu'il trouve ça bien, ou tout simplement pour rester en veille dessus. Il ne faut pas se méprendre. Une bonne partie des fans de certaines pages le sont simplement parce qu'il fallait cela pour participer au concours ! **Le nombre de fans d'une page n'a jamais eu la moindre signification profonde.**

Je pense donc que, **OUI, Open graph, c'est de la balle. Mais comme tous les outils, puisque s'en est un, il n'aura de la valeur que parce que nous saurons lui en donner**, et faire en sorte que les « j'aime » et autres fils relationnels que Facebook va nous permettre de construire et exploiter, soient VRAIMENT fructueux et porteur de valeur. C'est pourquoi je crains des désillusions et en même temps de beaux succès pour ceux qui sont prêts à construire.

> [Article initialement chez Groupe Reflect](#)

> Illustrations CC Flickr par [Balakov](#) et [Serif Baykal](#)



# FACEBOOK, PETITE ANALYSE ANTHROPOLOGIQUE

PAR [SIMON DESCARPENTRIES \(FRAMABLOG\)](#)  
LE 4 NOVEMBRE 2010



Quantifier de façon mathématique l'ennui sur Facebook, tel est le projet qu'a mené Gene Weingarten, journaliste au Washington Post. Framalang a traduit son article à ce sujet.

L'équipe [Framalang](#) s'est dernièrement attelée à la traduction d'un court article de Gene Weingarten, au sujet de ce grand site de réseautage social sur le web. Derrière une apparente naïveté, l'auteur se targue de réaliser une étude anthropologique à partir des données personnelles des millions d'utilisateurs de Facebook, qu'il collecte via [YourOpenBook.org](#), un moteur de recherche dédié aux messages courts de statut de ce qui n'était à l'origine qu'un trombinoscope

universitaire en ligne. Or, si jusque-là la fonctionnalité pouvait sembler manquer au site officiel, c'est aussi qu'elle met en évidence le faible degré de protection des données personnelles de ses utilisateurs que Facebook offre, au moins par défaut.

Ironie du sort, la semaine de sortie de l'article en question, Facebook fut secoué d'une quinte de toux numérique le rendant injoignable pendant plus d'une heure, ce qui anima de grandes conversations sur les autres grands réseaux sociaux, principalement à coup de gazouillis d'ailleurs...

Pas de quoi fouetter un chat me direz-vous, des sites web qui tombent en panne ça arrive, et même au plus gros. Par contre, dans le cas d'un site qui se propose de gérer vos albums photos, votre carnet d'adresses en fouillant dans vos boîtes à lettres électroniques (pour finalement proposer de les remplacer par son service de messagerie interne) et jusqu'à vos connexions aux autres sites web via un service doublon d'OpenID, l'incident peut être révélateur et s'avérer pédagogique.

Pour ma part, j'ai ouvert un compte Facebook sans grande conviction en 2006, parce que c'était de bon ton dans l'entreprise où j'étais en stage à l'époque, mais je ne prévoyais pas un plus grand avenir à ce compte qu'à mes comptes Orkut ((Orkut.com, vous connaissez ? C'est l'un des véritables échecs de Google :) Avec les Google Waves ou encore le Google Buzz... )) ou CopainsDAvant ((J'ai toujours été très curieux.)). Or, si pour ma part j'ai tenu parole, n'alimentant pas vraiment un réseau plus que les autres, force est de constater que l'un d'eux a pris au fil des ans de plus en plus de place sur le web. Et à vrai dire, chaque fois qu'une connaissance s'ajoute à mes contacts, j'ai l'indolence de ne pas aller chercher son adresse de courriel dans son profil pour la noter dans un fichier chez moi. Or, il s'avère que pendant cette fameuse interruption de service, je me suis retrouvé à devoir envoyer un message « urgent » à un ami dont je n'avais jamais noté l'adresse ailleurs... et je n'ai pas pu.

## ***L'utiliser c'est se piéger***

Finalement il apparaît que Facebook, l'utiliser, c'est se piéger, même en étant renseigné et modéré. Au moins, les mails stockés sur mon disque dur par [Thunderbird](#) (( En fait j'suis même passé à du [mutt](#) + [fdm](#) désormais...)), me restent accessibles, même hors ligne. Quel qu'en soit le parcours, je conserve ainsi mon courrier numérique sous mon toit (et j'en fais régulièrement des sauvegardes).

Cette anecdote me rappelle une petite phrase, innocemment lancée par [Eben Moglen](#) au milieu de son discours en plénière de clôture de la 1ère journée de l'[OpenWorldForum](#) la semaine dernière, et qui fut spontanément applaudie par le public, avec 3 secondes de décalage :

*"For the moment, what we see is people that chose to put their pictures and personal informations, their day-to-day emotional and friendships connexions all together in the computers of a single for-profit compagny, run by a fool."*

*« Ce que nous voyons pour le moment, se sont des gens qui choisissent de mettre leurs photos et leurs informations personnelles, leurs amitiés et états d'âme au quotidien tous ensemble dans les ordinateurs d'une seule et même entreprise commerciale, menée par un fou. »*

Cette fois c'est décidé, dès que j'ai un Diaspora, un GNU/Social ou une Nobox qui tourne chez moi, je ferme mon compte Facebook.

---

## ***Gene Weingarten : Pourquoi je déteste énooooooooooooooormément Facebook...***

**[Gene Weingarten: I hate Facebook](#)**

**[soooooooooooooooooooooooooooooooooooooo much...](#)**

*Gene Weingarten - 17 septembre 2009 - WashingtonPost.com  
(Traduction Framalang : Julien Reitzel, Goofy, Siltaar)*

Les critiques affirment que je suis injuste à l'égard de Facebook simplement parce que je l'ai décrit comme un océan de banalités partagées entre des gens avec une vie aussi vide à laquelle ils font

écho. Je défends ma thèse mais admetts que mon témoignage n'était pas basé sur des preuves scientifiques — totalement anecdotique — , mais basé sur mes plongeurs occasionnels dans ce lagon tiède et morne de conversations fadasses.

Mais cela a changé. Je trouve qu'il est désormais possible de quantifier mathématiquement l'ennui, grâce à un nouveau site web. Openbook, accessible à l'adresse [YourOpenBook.org](http://YourOpenBook.org), est un moteur de recherche pour les « messages de statut » de Facebook, le moyen principal utilisé par le « Facebookeur » pour communiquer avec ses amis. Avec Openbook, il est possible de rechercher un mot ou une phrase et de trouver non seulement combien de fois il a été utilisé dans des alertes de statut, mais aussi quand et par qui.

Les créateurs de ce site le présentent comme un outil de mise en garde, pour alerter les gens que le média social ne protège pas leur vie privée de façon adéquate. Mais entre les mains d'un chercheur objectif comme moi-même, Openbook peut être un précieux outil d'interprétation. À travers lui, on peut analyser Facebook anthropologiquement.

### ***Bouton, WC, je t'aime, mdr***

C'est d'ailleurs ce que j'ai fait, et voilà ce que ça donne :

**- Quand les gens estiment nécessaire de faire savoir à leurs amis à quel point leur vie est insupportablement aride et abrutissante** — ce qu'ils font à une fréquence d'environ 2 000 mises à jour de statut par heure — le mot qu'ils choisissent le plus souvent est « boring » (ennuyeux). Ils ont tendance à l'écrire avec des « o » ou des « r » en plus, pour en accentuer l'effet. Si vous cherchez « booring » et continuez à rechercher en ajoutant à chaque fois un « o », vous trouverez à chaque fois au moins un résultat, jusqu'à obtenir 31 « o » consécutifs. Quand vous essayez « borrrring » et continuez à ajouter des « r », vous arrivez jusqu'à 47. Juste pour info, la personne qui, par cette méthode, souffre de l'ennui le plus

invalidant sur la planète, « boring » avec 51 « r », est Heather S. de Waterloo, dans l'Ontario.



- **Au cours des 16 derniers jours, 130 personnes ont alerté leurs amis du fait qu'ils « ont un bouton ».** L'emplacement de l'imperfection est généralement spécifié, tout comme la taille. L'endroit le plus fréquent est le front, étroitement suivi par le lobe de l'oreille puis par la fesse, le plus souvent du côté gauche. La tomate a été la comparaison la plus colorée, tandis que la plus grosse était « Jupiter ». M. Mandel de New York a nommé son bouton Steve (elle est aussi fan de Justin Bieber ET des Jonas brothers, et, dans la rubrique livres favoris, écrit : « j'aime pas lire »).

- **Des milliers de gens envoient des communiqués décrivant leurs impératifs excrétoires.** Souvent, ils contiennent la phrase « je dois aller aux WC ». Il serait incorrect et inique de conclure que toutes les personnes utilisant cette phrase sont vulgaires et/ou rustres. Le chercheur rigoureux a découvert, par exemple John Paul Weisinger de Lufkin, au Texas, qui n'était pas du tout en train de discuter de sa propre biologie. Il était simplement en train de partager avec ses amis une blague qu'il trouve drôle : « Un cochon

rentre dans un bar et commande verre après verre après verre sans jamais aller aux toilettes. Le barman demande : "Tu n'as jamais besoin de te soulager ?", et le cochon répond : "Non, c'est déjà fait, je fais pipi au fur et à mesure que je bois" »

**- Il est possible de jauger mathématiquement la force de l'amour que se portent les gens en observant le nombre de « o » (dans le mot « love ») qu'ils utilisent** dans l'expression « I love you so much » (« je t'aime tant »). Par exemple, Baker-Hernandez de Lakewood, Colorado, aime davantage son chat (57 « o ») que Lorne D. Stevens de Detroit aime Jolly Ranchers (10 « o »). Il ne semble pas y avoir de limite supérieure à l'amour que peuvent se porter les gens.

**- Les utilisateurs de Facebook peuvent s'ennuyer, mais, paradoxalement, ils sont aussi facilement amusés.** On sait cela, parce qu'ils sont toujours morts de rire. Les « LOL » et autres « MDR » surviennent avec une telle fréquence qu'ils sont littéralement impossibles à compter : des dizaines apparaissent à chaque seconde. Un sous-ensemble de ces rieurs sont en même temps en train de se rouler par terre — mais toujours en trop grand nombre pour en faire le pointage. C'est seulement avec un troisième critère — ceux qui sont à la fois pétés de rire et entraînés de se rouler par terre — que le nombre devient palpable : 390 par jour.

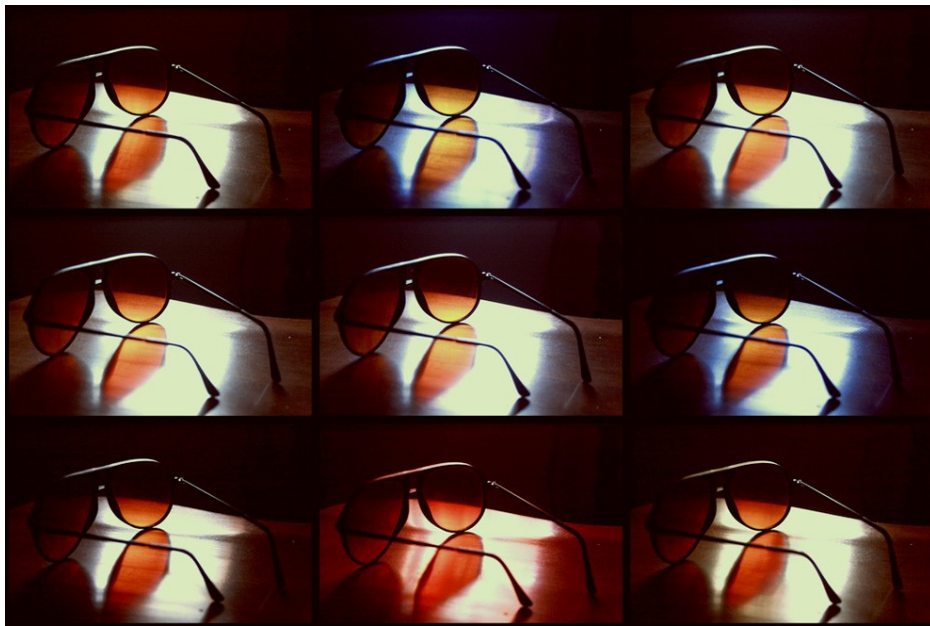
**- Dans un intervalle de 5 jours, 266 personnes ont fait référence au dirigeant des États-Unis en l'appelant Président « Obama ».** Soixante-sept autres l'ont appelé Président « Obamma ». Presque tous ces gens faisaient le constat qu'il est un stupide incompetent.

---

Billet initialement publié sur [Framablog](#) ; image CC Flickr [Samael Kreutz](#) et [spcbrass](#).

# ANDREW KEEN: LA VISIBILITÉ DANS LES MÉDIAS SOCIAUX EST UN PIÈGE

PAR [VINCENT TRUFFY](#)  
LE 29 NOVEMBRE 2010



L'Antechrist de la silicon Valley, tel qu'il se surnomme lui-même, Andrew Keen sort un nouvel opus : Digital Vertigo. Cette fois-ci il y est question des réseaux sociaux et du mirage de la sur-visibilité qu'ils peuvent générer.

On ne rencontre pas tous les jours l'Antéchrist, fût-il modestement

celui de la Silicon Valley. Aussi éprouve-t-on quelque déception à ne pas sentir l'haleine soufrée du startupeur défroqué lorsqu'on écoute Andrew Keen développer posément les arguments de son prochain livre, *Digital Vertigo*, dans l'appartement-témoin high-tech du siège de Microsoft France.

*Mon premier livre était une grenade dégoupillée, prévient-il. J'ai essayé de m'aliéner autant de personnes que possible. Dans ce nouveau livre, j'ai essayé d'être plus nuancé. Mais je reste un polémiste.*

Le premier livre en question, c'était [\*Le Culte de l'amateur\*](#), subtilement sous-titré «*comment Internet tue notre culture*».

Il y accusait le Web participatif d'ensevelir la vérité sous des tombereaux de médiocrité et d'insignifiance et de menacer l'économie culturelle en postulant la gratuité universelle des contenus. Y dénonçait l'illusion du [paradoxe \(apocryphe\) de Huxley](#) (biologiste surnommé «*le bouledogue de Darwin*» et grand-père de l'écrivain) selon lequel **un nombre infini de singes qui taperaient assez longtemps sur le clavier d'une machine à écrire finirait statistiquement par écrire l'œuvre complète de Shakespeare** ou au moins une bonne émission de télévision. Voyait dans la population internaute un ramassis d'«*adolescents hypersexués, voleurs d'identités, joueurs compulsifs et accros de tout acabit*». Et assimilait le «*grand mouvement utopiste*» du Web 2.0 à la «*société communiste*» dans le magazine néocons *The Weekly Standard*, où l'on devine que ce n'est pas un compliment.





## **"Défendre le secret, l'oubli et l'intimité"**

Avec *Digital Vertigo: Anxiety, Loneliness and Inequality in the Social Media Age* (anxiété, solitude et inégalité au temps des médias sociaux), Keen creuse sa plaie en s'intéressant à Facebook, à Twitter, bien sûr, mais aussi de l'ensemble du Web qui, d'une façon ou d'une autre est devenu «social»: la recherche d'informations, la consommation ([Groupon](#)) et même, avec [Facebook Messages](#), celui du courrier que vous devez lire.

*On connaît la blague d'[Al Gore qui aurait inventé Internet](#). Mais dans un sens, Foucault et Baudrillard ont inventé la culture Internet avant qu'Internet n'existe avec la démocratisation de la culture.*

De fait, dans *Surveiller et punir*, Michel Foucault reprend le modèle du [panoptique de Bentham](#) pour conclure «la pleine lumière et le regard d'un surveillant captent mieux que l'ombre, qui finalement protégeait. La visibilité est un piège.» «*Visibility is a trap*», répète à l'envi Andrew Keen. C'est encore plus vrai à l'ère du narcissisme facilité par les outils sociaux, explique-t-il: «*l'orthodoxie du Web parle d'ouverture, de transparence. Je veux défendre le secret,*

*l'oubli et l'intimité.»*

Rien de plus antisocial, à l'entendre, que le Web social: «*On utilise les médias sociaux en poursuivant des objectifs totalement individualistes*», dit-il, en reprenant une phrase du fondateur du «Facebook professionnel» LinkedIn, «*votre avenir est déterminé par votre réseau*»: **on serait passé de la production industrielle à la production personnelle**, stade ultime du darwinisme capitaliste dans lequel chacun doit vendre sa «marque» pour survivre.

### ***De nouveaux patrons***

Et comme dans *Le Capital*, il y aurait une [accumulation primitive](#) de la notoriété, quelques noms concentrant des millions de «followers» qui quémandent leur part de lumière.

*Et les personnes qui s'enrichissent forment une nouvelle élite de l'économie de la connaissance, ceux qui créent les services qui permettent cette expression personnelle.*



Dès lors, les nouveaux “patrons” sont «*ceux qui contrôlent les moyens d'expression et non plus les moyens de production.*»

Le problème, selon Keen, est qu'aux yeux de beaucoup (par exemple [Clay Shirky](#)), les médias sociaux sont devenu la solution à tous les problèmes:

*Je suis plutôt de gauche politiquement mais je n'arrive pas à croire que les réseaux sociaux puissent lutter contre la pauvreté. Les réseaux sociaux n'apportent aucune solution aux problèmes fondamentaux, de la même façon que l'[autopartage](#) ne résoud pas les problèmes de pollution. Les seuls emplois qu'aient créé les médias sociaux sont des boulots de spécialiste des médias sociaux et de consultants.*

Crédits photos cc Flickr : [sean|mundy](#), [ae-j](#), [Stéfan](#).

--

Article initialement publié sur le [Bac à sable](#).

# PÉDAGOGIE: POURQUOI TWITTER ET PAS FACEBOOK ?

PAR [LAURENCE JUIN](#)  
LE 22 SEPTEMBRE 2010



Enseignante, Laurence Juin s'est fait connaître du grand public par son utilisation de Twitter dans un cadre scolaire. Elle explique pourquoi elle a choisi le réseau de micro-blogging plutôt que le très populaire Facebook.

### **Pourquoi Twitter et pas Facebook ?**

Depuis le début de mon expérimentation l'année passée, c'est une question récurrente, qu'elle vienne de mes élèves, de la communauté éducative ou des journalistes.

### **Pourquoi initier des élèves à un réseau social du Net qu'ils n'utilisent ni ne connaissent même pas ?**

Ce serait en effet plus simple de se fondre dans Facebook qu'ils maîtrisent et dont ils usent: aucune initiation nécessaire, adoption immédiate de l'élève. La communication serait immédiate et efficace. Et pourtant je n'ai pas souhaité utiliser Facebook.

Avant de me tourner vers Twitter, **j'ai essayé l'usage hors temps de classe de Facebook avec les élèves** de @laderniereannee. J'ai effectivement constaté que la communication est immédiate, partagée et que la motivation des élèves est totale.

L'expérience a duré la période transitoire entre leur année de première et leur année de terminale. J'utilisais alors peu Facebook. Que je sois « amie » avec mes élèves m'a demandé **une réflexion sur ce que je voulais mettre comme informations et photos sur mon mur**. Moi oui, eux non. À la rentrée, ils ont évoqué de façon informelle une soirée qu'ils venaient de vivre me parlant de leurs tenues. Et j'ai répondu « oui je sais, j'ai vu vos photos sur Facebook ». Ils ont alors réalisé (blêmes !) que j'avais regardé TOUTES leurs photos. Ce soir là, **j'ai perdu 28 « amis » sur Facebook ...mais notre réseau Twitter a vraiment démarré !**

### **Alors pourquoi Twitter et pas Facebook ?**

- Les élèves en très grande majorité ont un compte Facebook. **C'est leur part de vie privée**. Mon statut d'enseignante ne me donne pas accès à cette sphère, elle ne me concerne pas. **Y pénétrer c'est faire perdre en partie à l'adolescent son statut d'élève et l'adulte une partie de son statut enseignant**. Si l'enseignant a accès à la sphère privée de

l'élève, celui-ci peut revendiquer de la même façon un accès à la sphère privée de l'enseignant ! L'usage cohérent, selon moi, si l'enseignant veut utiliser ce réseau social avec ses élèves pour une application strictement pédagogique, c'est de créer des comptes strictement « professionnels » enseignant et élèves. L'adhésion des élèves sera peut-être dans ce cas plus difficile car ils s'identifient fortement à leur compte Facebook privé.

- **Utiliser Twitter permet ainsi d'entrer sur le terrain encore vierge d'un réseau social.** Cette initiation pose les règles sans interférences. Les élèves utilisent beaucoup le Net et Facebook mais sans jamais y avoir été éduqués. Leur usage de Facebook peut être perverti de ces non-règles qui sont devenues des vrais codes de conduite et de communication : les profils ne sont pas protégés, leurs données personnelles sont accessibles à tous, ils postent des photos d'autres personnes sans autorisation préalable, etc. **Les initier à un réseau social inconnu, c'est aussi les éduquer à un usage citoyen d'un réseau social :** mettre en place des règles, à construire avec eux une réflexion sur leur identité numérique. Au fur et à mesure de cette éducation civique du Net, j'ai vu leurs profils Facebook se modifier, les élèves apprendre à mieux se protéger ou au moins à réfléchir aux informations qu'ils diffusent. **Éduquer les élèves à Twitter c'est apprendre aux élèves à réfléchir à leurs usages de Facebook.**
- Le terme « amis » sur Facebook ne me semble pas adapté à un usage pédagogique. **Je ne suis pas l'amie de mes élèves.** Le terme abonnés/abonnements sur Twitter me convient.
- Facebook m'apparaît comme un réseau « fermé » : on devient « amis » avec des personnes que l'on connaît a priori. **L'abonnement sur Twitter me paraît plus ouvert : ce n'est pas la personne qui est ciblée mais bien ce**

**qu'elle publie sur son mur** (exceptions faites à toutes les personnes célèbres : stars, hommes politiques, sportifs). C'est ainsi que le compte classe @laderniereannee a 300 abonnés : non pas pour l'enseignante que je suis mais bien pour ce que je tweete à mes élèves.

- **Je ne stigmatise pas auprès de mes élèves le « gentil Twitter contre le méchant Facebook ».** Je leur explique que j'utilise les deux mais que **mon Facebook, parce qu'en partie privée, est totalement protégé.** Je valorise leurs usages de Facebook mais leur indique que **Twitter sera un réseau d'utilisation strictement pédagogique pour le groupe-classe et la communauté éducative.** Les règles dictées par [la charte d'utilisation](#) précisent bien : ce n'est pas un tchat, ni un théâtre de discussions à caractère privé. Les communications sont moins formelles qu'en classe mais gardent toujours une vocation pédagogique, communautaire (je m'adresse de fait à tous mes abonnés) et avec des codes stricts (pas de langage sms). *Par cet article, je ne tends pas à juger négativement les usages pédagogiques que des enseignants peuvent faire avec l'outil Facebook. Et je suis preneuse de toute expérience qui pourrait contre-carrer ce qui n'est que mon avis et pas une vérité établie !*

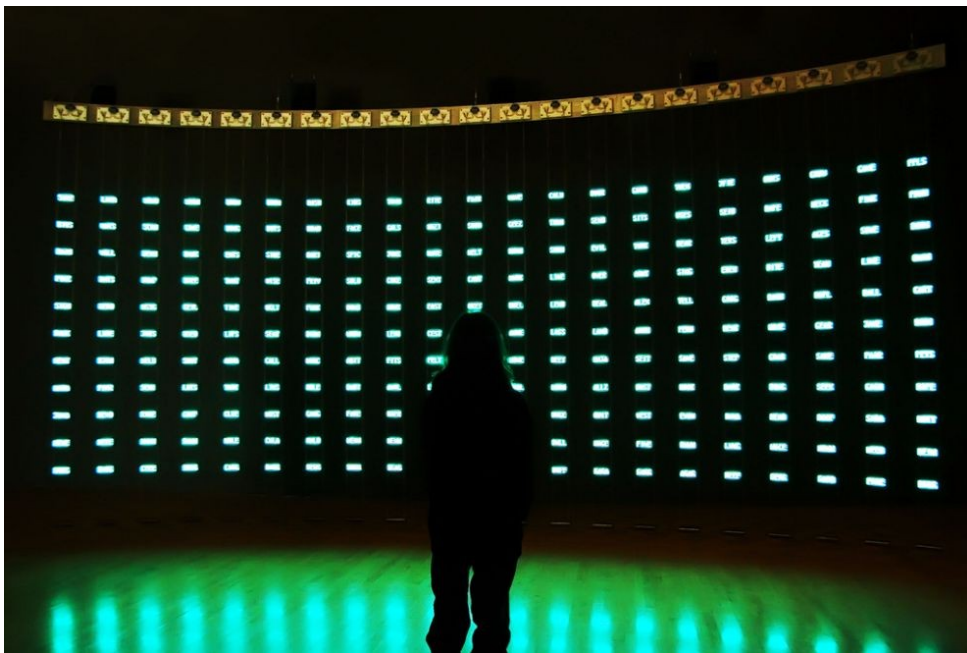
---

Billet initialement publié sur [Ma onzième année](#)

Image CC Flickr [mallix](#)

# FRÈRES HUMAINS, QU'EST-CE QUE TWITTER A FAIT DE NOUS?

PAR [JCFERAUD](#)  
LE 12 SEPTEMBRE 2010



L'usage quotidien et régulier de Twitter transformerait-il ses adeptes en "réplicants" considérant le réseau comme une extension d'eux-mêmes? Billet halluciné d'un prêcheur numérique.

*"A force de vie irréaliste, peut-être dirons nous un jour aux gens IRL (in real life) : j'ai vu tant de choses que vous humains ne pourrez*



*jamais voir"... Cette semaine, j'ai tweeté à deux reprises cette réflexion personnelle inspirée de la scène finale de "Blade Runner". Les [@Garriberts](#) de "Libé" me l'ont fait remarquer. Je les en remercie ici, ils ont fait germer l'idée, l'envie d'écrire de ce billet. Voilà ce que je leur ai répondu: "J'adore me répéter dans le bruit de nos gazouillis, prêcher K.Dick dans le désert confus de la Twittosphère".*

Prêcher ? Oui pourquoi pas. Car, frères humains, je m'interroge de plus en plus : **mais qu'est-ce que Twitter est en train de faire de nous ? Des "répliquants" numériques peut-être...** Comme un medium esquissant l'un de nos futurs possibles dans ses livres [uchroniques](#), le génial [Philip K. Dick](#) l'avait prédit dans "[Les androïdes rêvent-ils de moutons électriques](#)", le formidable roman de "SF" qui sert de base au scénario du "Blade Runner" de Ridley Scott : **un jour, il nous sera sans doute impossible de distinguer l'homme de la machine, les êtres réels de leurs simulacres...**



Le répliquant Roy joué par Rutger Hauer dans le final de "Blade Runner"

Ce jour est peut-être arrivé en l'an de grâce 2010: l'année où l'internet temps réel a commencé à nous suivre partout, sur tous nos écrans,

faisant de nous des mutants connectés en permanence. J'ouvre mes yeux fatigués par ces jours et ces nuits online et je crois bien que **nous, adeptes forcenés du réseau "social" Twitter, sommes peut-être en train de nous confondre avec nos Avatars**, nos identités numériques dans ce monde parallèle... Twitter prend de plus en plus de place dans nos vies, jusqu'à nous rendre absents au réel, à nous mêmes. Regardez-vous, regardez nous **hypnotisés par la rivière de mots, d'infos, de pensées et d'émotions qui défile sur nos écrans tactiles.**

La seule chose qui nous obsède c'est : que se passe-t-il en ce moment là-bas dans la Twittosphère ? Qu'est ce qu'on y raconte, c'est quoi la story, le LOL du jour ? Suis-je cité ? Repris pour ce billet, ce lien inédit ou ce trait d'esprit ? Ais-je reçu des DM, ces messages privés qui nous rapprochent entre Twitteraddict (je déteste l'anglicisme un rien vulgaire du terme "Twittos") ? Merde je vais encore devoir remonter 6 heures de "time line" (TL) pour en être sûr de ne pas avoir manqué quelque chose...

**Nous marchons dans la rue ou prenons le métro sans voir les gens**; à la maison nous regardons des films en famille sans être là, l'air absent ou les yeux rivés sur l'iPhone ; **nous parlons moins aux gens qui nous aiment encore en vrai à côté de nous** pour tisser d'étranges liens amicaux, voire amoureux avec des inconnus qui nous deviennent très proches; **au bureau, les vrais collègues ne sont pas autour de nous** dans l'open space mais sur Tweetdeck ouvert en permanence sur l'écran de nos postes de travail...

J'ai déjà évoqué mon addiction, la notre, dans cette interview ["Twitter est une drogue dure pour les journalistes"](#) et aussi ce billet ["To be or not to be a tweet'journalist"](#) . Mais il y a six mois, un an, une éternité à l'échelle de notre monde de micro-blogging, je concevais cet usage compulsif du message en 140 signes uniquement comme outil professionnel. **Jamais je n'aurais cru que j'allais m'immerger à ce point dans les limbes virtuelles de la**

### TwittRéalité...

Au petit matin, alors que coule encore le café, j'allume mon ordi et vos gazouillis m'accueillent. Je dis "Bonjour Twitterland" et je commence à tweeter ma revue de presse, mes liens, à savoir de quoi sera faite ma journée de journaliste. Mais **le plus important, le plus rassurant peut-être, c'est que vous êtes tous là**. Comme tous les matins. Vous les veilleurs infatigables et compulsifs comme [@GillesKlein](#) ou [@florencecedesruol](#). Vous les confrères et amis [@ZaraA](#), [@Zetwitte](#), [@Capucine\\_Cousin](#) et tant d'autres. Vous les Aliens de la Soucoupe [Owni](#): [@nicolasvoisin](#), [@sabineblanc](#), [@LeGuillaume](#) et tout l'équipage. Vous les jeunes journalistes-brandeurs [@StevenJambot](#), [@Cecile\\_Jandau](#), [@JeremyJoly](#) et bien d'autres qui êtes un peu l'avenir du métier ;-). Vous les LOLeurs comme [@vincentglad](#) qui êtes moins trash et bien moins cyniques que ce votre "TL" pourrait laisser penser. Le soir aussi, il y a les oiseaux de nuit comme [@Menilmuche](#), [@Donjipez](#), la belle patrouilleuse du Web belgo-londonienne [@IsabelleOtto](#) ou la divine et si littéraire [@OhOceane](#).



La répliquante Pris dans "Blade Runner"

J'en oublie beaucoup, il y en a tant d'autres gens étonnants, intéressants, passionnants à citer quand on suit près de 500 personnes sur Twitter. **J'aime lire dans vos pensées en 140 signes, j'aime vos mots à tous**, ces fragments d'expérience et d'humanité, ils m'accompagnent le jour et la nuit...**mais ils m'éloignent aussi de la vraie vie**. Même si l'on se rencontre parfois IRL. Et que l'on fait de vraies rencontres professionnelles et humaines. Alors **régulièrement, j'essaie de décrocher**...sans grand succès ;-)  
["Twitter c'est comme du crack, cela m'effraie"](#) a écrit un blogueur du "New York Times". C'est la vérité. Vous les Twitteraddict vous l'avez tous essayé et adopté cette dope de la connexion permanente real time...**Et après tout pourquoi résister à cette formidable expérience virtuelle ?**

C'est fascinant de construire une autre réalité, un monde parallèle paradoxalement en prise avec le réel, du haut duquel nous observons l'actualité en marche, la petite histoire et la grande en train de se faire. Voilà d'ailleurs ce que me faisais remarquer [@choregie7](#) l'autre jour sur Twitter : *"Mais c'est pour ça que j'écris sous pseudo , lui est réel, moi non ! Ce que je dis ici est donc la réalité"*.

*Où est la vraie vie ? Irréelle et IRL...Les deux réalités se confondent et s'imbriquent de plus en plus inextricablement.* Peut-être sommes nous des [transhumains](#), en train de fusionner avec le réseau grâce nos pseudopodes numériques - smartphones, tablettes et autres laptop - qui deviennent comme des prolongements de nous mêmes...Philip K. Dick l'avait prédit il y a plus de 40 ans. Un autre voyant extra-ludice, **Michel Houellebecq** dont je lis en ce moment "La Carte et le Territoire", le constate cliniquement et sans affect aujourd'hui :

Alors que les espèces animales les plus insignifiantes mettent des milliers, parfois des millions d'années à disparaître les produits manufacturés sont rayés du globe en quelques jours. Nous aussi nous serons frappés d'obsolescence

Peut-être sommes nous tout simplement en train de muter, d'évoluer

pour accompagner la grande révolution numérique. Pour ne pas être frappés d'obsolescence. Pour survivre. Sans devenir des machines, ni renoncer pour autant à notre Humanité. De la même manière que Roy, le répliquant Nexus de "Blade Runner" cherchait désespérément à devenir humain, **nous essayons d'établir sur Twitter et ailleurs une connexion intuitive neuronale et quasi-biologique avec Internet**. Cet organisme vivant qu'est en train de devenir le World Wide Web, transformant le monde en un village global digital, l'irriguant d'une multitude de données numérisées comme un coeur pulsant un fluide vital à travers un immense réseau sanguin fait de cuivre et de fibre optique... (cherchez [l'auto-plagiat](#))

Pour finir ce billet un peu halluciné, je ne résiste pas au plaisir de vous offrir la scène finale de "Blade Runner". Roy, le répliquant qui voulait être un homme: *"J'ai vu tant de choses que vous humains ne pourriez pas croire, de grands navires en feu surgissant de l'épaule d'Orion..."*

—

[Article initialement publié sur le blog de JC Féraud: "Sur mon Ecran radar"](#)

Crédit Photo: CC FlickrR par [Fenchurch!](#)

# TWITTER, SEXE ET LOVE STORIES

PAR [VIRGINIE LOMINET](#)  
LE 9 OCTOBRE 2010



Pour cet article, j'ai reçu une **cinquantaine de témoignages**, dont la plupart provenaient des femmes. Des témoignages assez surprenants puisque la quasi-totalité des interrogés célibataires ont déjà eu au minimum un rendez-vous galant avec un twittos, et pour la plus chanceuse d'entre eux, un mariage.

J'ai appris :

- Qu'une twittas avait divorcé suite à une rencontre sur Twitter
- Qu'une twittas entretenait une relation libre avec trois twittos à la fois
- Qu'une twittas plutôt sérieuse avait connu un one shot avec un twittos

- Qu'une twittas se bagarrerait sur Twitter entre son ex et son nouveau compagnon
- Qu'un twittos avait réussi à mettre cinq twittas dans son lit, oui cinq
- Que deux twittos allaient avoir un bébé
- Qu'une twittas avait quitté son pays pour rejoindre un twittos français

Et tout ça, sous mes yeux, ou presque, sans que je m'en rende compte.

Mais alors, **la drague sur Twitter serait-elle plus payante** que sur des sites dédiés comme **Meetic** ?

Avant de tirer des conclusions hâtives sur les relations entre les hommes et les femmes de la twittosphère, il est important de donner quelques chiffres. Bien entendu, comme pour tout ce qui concerne les réseaux sociaux, et Internet plus généralement, il faut manier ces derniers avec prudence.

Si l'on en croit les derniers chiffres publiés en août dernier par [Google AdPlanner](#), il en ressort que :

- **74% des twittos français sont des hommes** et seulement **26% sont des femmes.**
- **64 % des twittos ont entre 25 et 45 ans** (une population pas si jeune, si on la confronte à d'autres réseaux sociaux comme Facebook ou Skyblog)
- **41% d'entre eux gagnent entre 41 et 56 K€/an** (les french twitt-addicts sont relativement aisés)



Sur le plan quantitatif, on comptait en janvier dernier 127 500 utilisateurs de Twitter en France. En tenant compte de l'évolution mondiale de ce dernier (**145 millions** selon le [chiffre officiel de septembre 2010](#)), on obtient une estimation actuelle d'environ **250.000 utilisateurs français**.

Sachant que seulement 6,5% des utilisateurs de Twitter publient un message par jour en moyenne, cela limite les utilisateurs actifs à quelques **8.500 personnes en France. Cela nous donnerait 6.290 hommes et 2.210 femmes** actifs quotidiennement sur Twitter (*estimation avec encore avec beaucoup de précaution*).

Une dernière donnée statistique avant d'entrer dans le vif du sujet ( je sais que vous êtes pressés) :

J'ai demandé à plusieurs twittas de me donner leur pourcentage de followers par sexe, via une [application ad.ly](#) : Le résultat est probant, puisqu'**elles sont suivies en moyenne par plus de 70% d'hommes**.

Premières conclusions à tirer de ces chiffres :

- Twitter est un vivier pour les femmes désireuses de rencontrer des hommes
- Le nombre de twittas étant réduit, les hommes doivent savoir user de leur charme pour faire la différence

### ***1- Mais pourquoi donc séduire sur Twitter quand il existe une multitude de sites de rencontres ?***

Il existe à cette tendance plusieurs réponses évidentes.

En France, on se targue d'avoir une twittosphère qualitative. Du partage d'informations, des ressources journalistiques et politiques et une grosse culture geek. Comme le signale [Cyrille Frank, dans son article sur OWNI](#), **l'oiseau bleu made in France est réservé au B to B et à une population restreinte et ultra éduquée**. Une



sorte de mini élite intéressée par les mêmes sujets et travaillant souvent dans des domaines similaires.

De ce constat découle une première réponse : **pourquoi, aller chercher la perle rare sur des sites de rencontres brassant des dizaines de milliers de personnes, quand on a accès à une pré-sélection de qualité sur Twitter ?**

Il y a une autre raison qui facilite les rapports de séduction sur Twitter, c'est justement parce que l'on n'est pas là pour ça, ou du moins, pas ouvertement (*sur une cinquantaine de personnes interrogées, seule une femme a reconnu utiliser ce site de micro-blogging dans l'idée de s'y trouver un partenaire*).

Quand sur d'autres sites communautaires, les échanges s'orientent vite ASV (age, sexe, ville), sur **Twitter au contraire, les premières interactions se font généralement autour d'un sujet professionnel ou d'actualité.**

Par conséquent, on évite la case du recalage direct (pour délit de sale gueule ou autre) puisque l'on ne se situe pas encore dans un rapport de séduction.

## ***2- Tous ces sujets d'actualités ne seraient alors que des prétextes à la séduction ?***

Non bien sûr. En tout cas, pas pour tous. Mais commencer une discussion sur la situation géopolitique au Moyen-Orient ou sur les présidentielles de 2012 **permet déjà de montrer son intérêt pour l'actualité et son niveau d'éducation.** (*je ne suis pas certaine que ce genre de stratégie fonctionne sur Meetic... ndrl : la snob*)

Donc, pour résumer, la drague sur Twitter a deux avantages :

- Il n'y a pas ou peu de recalage direct
- On a la possibilité de briller aux yeux de la personne désirée.

### ***3- Twitter : un exercice de style***

**Contrairement à d'autres sites comme Facebook**, où l'on peut vomir sa vie, en multipliant photos, vidéos et infos perso, **Sur Twitter, on communique en 140 caractères**. Et c'est tout un art. Savoir interpeller, amuser, intriguer en si peu de mots n'est pas chose facile. Mais cela permet, à "caractères égaux", de faire la différence.

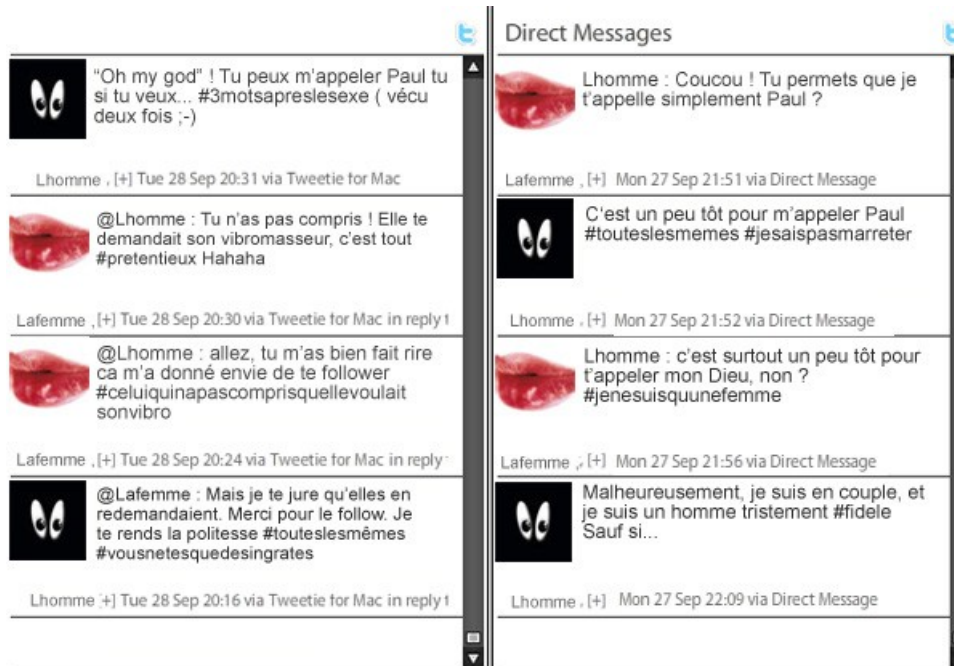
Création de hashtags décalés, humour, calembours ou références, Twitter transforme le séducteur moyen en maître de la rhétorique. Et ce sont souvent ces effets de style qui sont à l'origine de la séduction.

#### **Et puis parfois, sur Twitter, on se lance des joutes verbales 2.0 autour d'un hashtag**

Un des derniers en date : **#3motsapreslesexe**.

Le but du jeu, poster des tweets de 3 mots (que l'on pourrait dire après le sexe), et désigner un gagnant. Celui qui aura twitté la phrase la plus pertinente ou la plus drôle. Et entre adultes consentants (*n'oublions pas la moyenne d'âge*), on se laisse facilement aller à ces petits jeux grivois.

Une twittas m'a confiée avoir été séduite par l'humour d'un twittos justement autour de ce hastag. Et elle m'a permis de dévoiler une partie de sa timeline., illustrant parfaitement le début d'une relation de séduction sur Twitter.



### ***Mais alors quelles conclusions tirer de tout ce qui vient d'être dit ?***

Premièrement, que Twitter, malgré ses ambitions intellectuelles reste un réseau comme les autres, avec de vraies personnes derrière, qui ont les mêmes souffrances qu'ailleurs. On y retrouve les mêmes problématiques, comme celle de **l'egocasting**. On construit à travers les réseaux une image de soi et on utilise cette image comme étant l'instrument de sa "puissance sociale"

Ce qui fait de Twitter un lieu unique pour la séduction, c'est que l'on se retrouve dans un petit microcosme auto-centré, où les hommes et les femmes (malgré leur côté adolescents) sont généralement assez maîtres de leur vie et indépendants financièrement. En se connectant ainsi avec leurs pairs, ils obtiennent déjà certaines garanties, même si cela ne veut pas dire que leurs histoires fonctionneront sur du long terme.

Car il ne faut pas oublier que **le follower est à Twitter, ce que le faux lover est à Meetic.**

---

Billet initialement publié sur [Locita](#)

Image CC Flickr [jessi.bryan](#)

CHRISTMAS · EDITION · OWNI

# RÉSEAUX SOCIAUX

**Cyrille Franck,  
Cecil Dijoux,  
Boumbox,  
Alexis Mons,  
Simon Descarpentries  
(Framablog),  
Vincent Truffy,  
Laurence Juin,  
JC Feraud,  
Virginie Lominet**



*Pulp*  
**OWNI**  
*Digest*



**WWW.OWNI.FR**

CHRISTMAS · EDITION · OWNI · 12/12 / 2010