

Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0*

Dominique Cardon
Laboratoire SENSE, Orange Labs

Du point de vue des usages, le succès du web 2.0 est relativement inattendu¹. Les utilisateurs ont contredit – au moins – deux des présupposés que les offreurs de services traditionnels avaient cru pouvoir extrapoler de leurs comportements dans le monde réel. D'une part, ils n'hésitent pas à rendre visible à tous des traits de leur identité dont on supposait qu'ils auraient préféré réserver la publicité à un cercle fermé de proches. D'autre part, les utilisateurs ne se contentent pas d'entrer en relation avec des proches ou des personnes partageant avec eux des traits identitaires similaires. Ils abordent aussi le web dans un esprit exploratoire afin d'élargir leur cercle relationnel selon des logiques extrêmement diverses et variées. La manière dont est rendue visible l'identité des personnes sur les sites du web 2.0 constitue l'une des variables les plus pertinentes pour apprécier la diversité des plateformes et des activités relationnelles qui y ont cours. Que montre-t-on de soi aux autres ? Comment sont rendus visibles les liens que l'on a tissés sur les plateformes d'interaction ? Comment ces sites permettent-ils aux visiteurs de retrouver les personnes qu'ils connaissent et d'en découvrir d'autres ? On propose ici une typologie des plateformes relationnelles du web 2.0 qui s'organise autour des différentes dimensions de l'identité numérique et du type de visibilité que chaque plateforme confère au profil de ses membres².

La décomposition de l'identité numérique

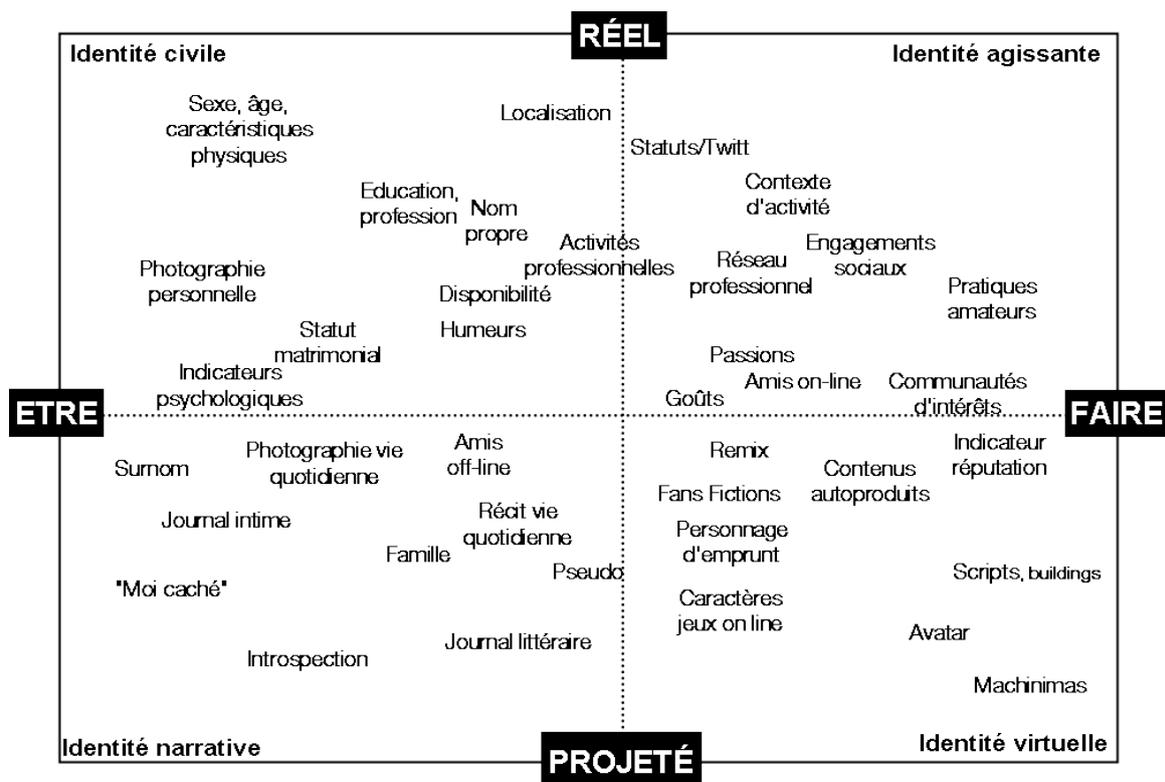
L'identité numérique est une notion très large. Aussi est-il utile de décomposer les différents traits identitaires que les plateformes relationnelles demandent aux personnes d'enregistrer. On peut décliner ces signes de soi autour de deux tensions qui se trouvent aujourd'hui au cœur des transformations de l'individualisme contemporain³.

♣. Ce texte de synthèse doit beaucoup aux nombreuses discussions avec mes collègues d'Orange Lab, Nicolas Pissard, qui est à l'origine de cette typologie, Jean-Samuel Beuscart, Maxime Crepel, Bertil Hatt, Christophe Prieur, ainsi qu'aux remarques de Christophe Aguiton, Jean-Sébastien Bedo, Sébastien Bertrand et Alban Martin. Ce texte reprend en le prolongeant une version antérieure publiée sur le site Internet.actu : <http://www.internetactu.net/2008/02/01/le-design-de-la-visibilite-un-essai-de-typologie-du-web-20/> Une version longue de ce texte Cardon (Dominique), « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, n°152, 2008, p.93-137.

1. Le succès du web 2.0 commence à faire l'objet, aux Etats-Unis notamment, d'une attention accrue des sciences sociales. On renvoie notamment au numéro spécial de *Journal of Computer Mediated Communication* (October 2007 - Vol. 13 Issue 1) dirigée par danah boyd et Nicole Ellison et aux actes des conférences de l'International Conference of Weblogging and Social Media (ICWSM). En France, voir le numéro spécial de *Médiamorphoses* dirigée par Laurence Allard et Olivier Blondeau.

2. Cf. Donath (Judith), Boyd (Danah), 2004. "Public displays of connection", *BT Technology Journal*, volume 22, number 4 (October), p. 71-82.

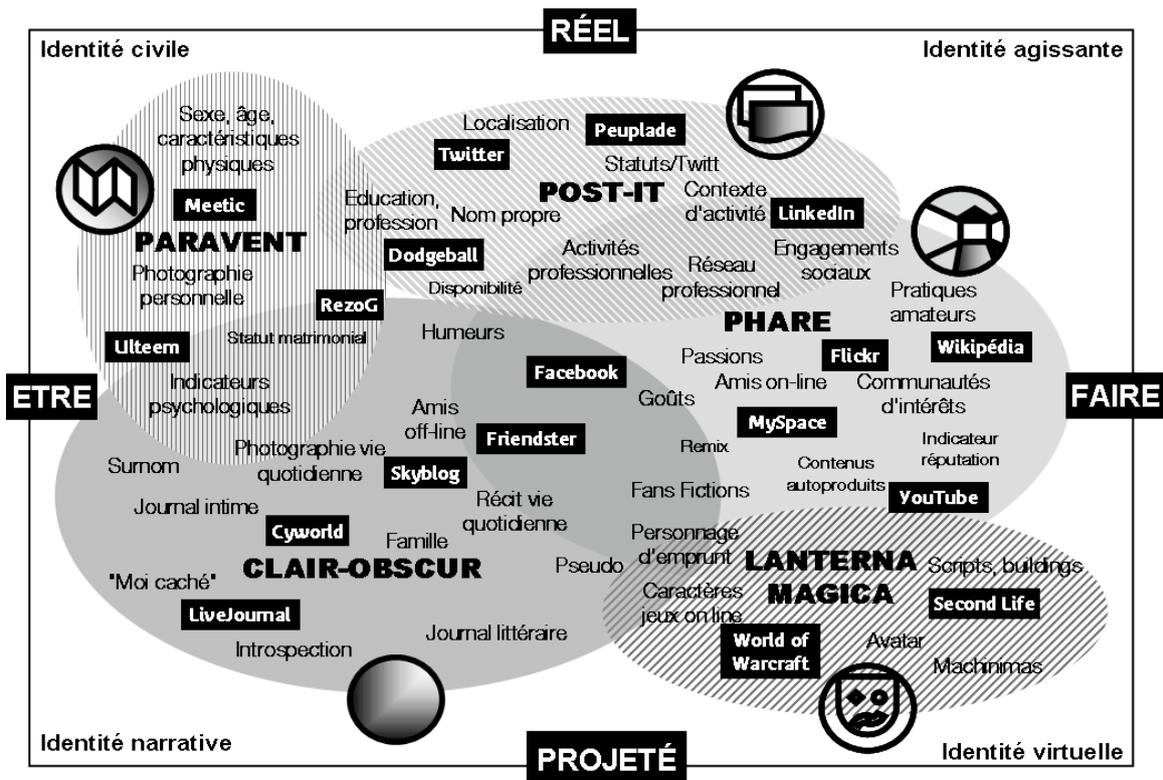
3. Singly (François de), 2003, *Les uns avec les autres. Quand l'individualisme crée du lien*, Paris, Armand Colin et Allard (Laurence), Vandenberghe (Frédéric), 2003, « Express Yourself! Les pages perso entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité reflexive peer-to-peer », *Réseaux*, 117, p. 191-219.



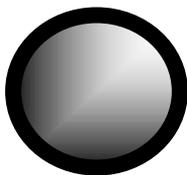
- *L'extériorisation de soi* caractérise la tension entre les signes qui se réfèrent à ce que la personne est dans son *être* (sexe, âge, statut matrimonial, etc.), de façon durable et incorporée, et ceux qui renvoient à ce que *fait* la personne (ses œuvres, ses projets, ses productions). Ce processus d'extériorisation du soi dans les activités et les œuvres renvoie à ce que la sociologie qualifie de *subjectivation*.
- *La simulation de soi* caractérise la tension entre les traits qui se réfèrent à la personne dans sa vie *réelle* (quotidienne, professionnelle, amicale) et ceux qui renvoient à une *projection* ou à une simulation de soi, virtuelle au sens premier du terme, qui permet aux personnes d'exprimer une partie ou une potentialité d'elles-mêmes.

Cinq formats de visibilité

Sur ces deux axes, il est possible de projeter trois modèles de visibilité, auxquels s'ajoutent deux modèles émergents. Ces modèles correspondent aux différentes formes d'éclairage que les plateformes réservent à l'identité des participants et à leur mise en relation.



Le paravent. Les participants ne sont visibles aux autres qu'à travers un moteur de recherche fonctionnant sur des critères objectifs. Ils restent « cachés » derrière des catégories qui les décrivent et ne se dévoilent réellement qu'au cas par cas dans l'interaction avec la personne de leur choix. Le principe du paravent préside aux appariements sur les sites rencontre (Meetic, RezoG, Ulteem). Les individus se sélectionnent les uns les autres à travers une fiche critérielle découverte à l'aide d'un moteur de recherche, avant de dévoiler progressivement leurs identités et de favoriser une rencontre dans la vie réelle.



Le clair-obscur. Les participants rendent visibles leur intimité, leur quotidien et leur vie sociale, mais ils s'adressent principalement à un réseau social de proches et sont difficilement accessibles pour les autres. La visibilité en clair-obscur est au principe de toutes les plateformes relationnelles qui privilégient les échanges entre petits réseaux de proches (Cyworld, Skyblog, Friendster). Si les personnes se dévoilent beaucoup, elles ont l'impression de ne le faire que devant un petit cercle d'amis, souvent connus dans la vie réelle. Les autres n'accèdent que difficilement à leur fiche, soit parce que l'accès est limité, soit parce que l'imperfection des outils de recherche sur la plateforme le rend complexe et difficile. Pour autant, ces plateformes refusent de se fermer complètement dans un entre-soi. Elles restent ouvertes à la nébuleuse des amis d'amis et des réseaux proches qui facilitent la respiration et la circulation dans l'environnement que dessine le simple emboîtement des réseaux de contacts de chacun des membres.



Le phare. Les participants rendent visibles de nombreux traits de leur identité, leurs goûts et leurs productions et sont facilement accessibles

à tous. En partageant des contenus, les personnes créent de grands réseaux relationnels qui favorisent des contacts beaucoup plus nombreux, la rencontre avec des inconnus et la recherche d'une audience. La photo (Flickr), la musique (MySpace) ou la vidéo (YouTube) constituent alors autant de moyens de montrer à tous ses centres d'intérêts et ses compétences et de créer des collectifs fondés sur les contenus partagés. La visibilité des personnes s'étend du seul fait que les amis sont aussi considérés comme des bookmarks, puisqu'ils servent parfois de concentrateurs de contenus d'un type particulier. Dans l'univers du phare, la visibilité fait souvent l'objet d'une quête délibérée et s'objective à travers des indicateurs de réputation, des compteurs d'audience et la recherche d'une connectivité maximale.



Le post-it. Les participants rendent visibles leur disponibilité et leur présence en multipliant les indices contextuels, mais ils réservent cet accès à un cercle relationnel restreint (Twitter, Dodgeball). Les plateformes fonctionnant sur le modèle du post-it se caractérisent par un couplage très fort du territoire (notamment à travers les services de géolocalisation) et du temps (notamment, afin de planifier de façon souple des rencontres dans la vie réelle). Ainsi, les plateformes de voisinage (Peuplade) se développent-elles dans une logique mêlant territorialisation du réseau social et exploration curieuse de son environnement relationnel.



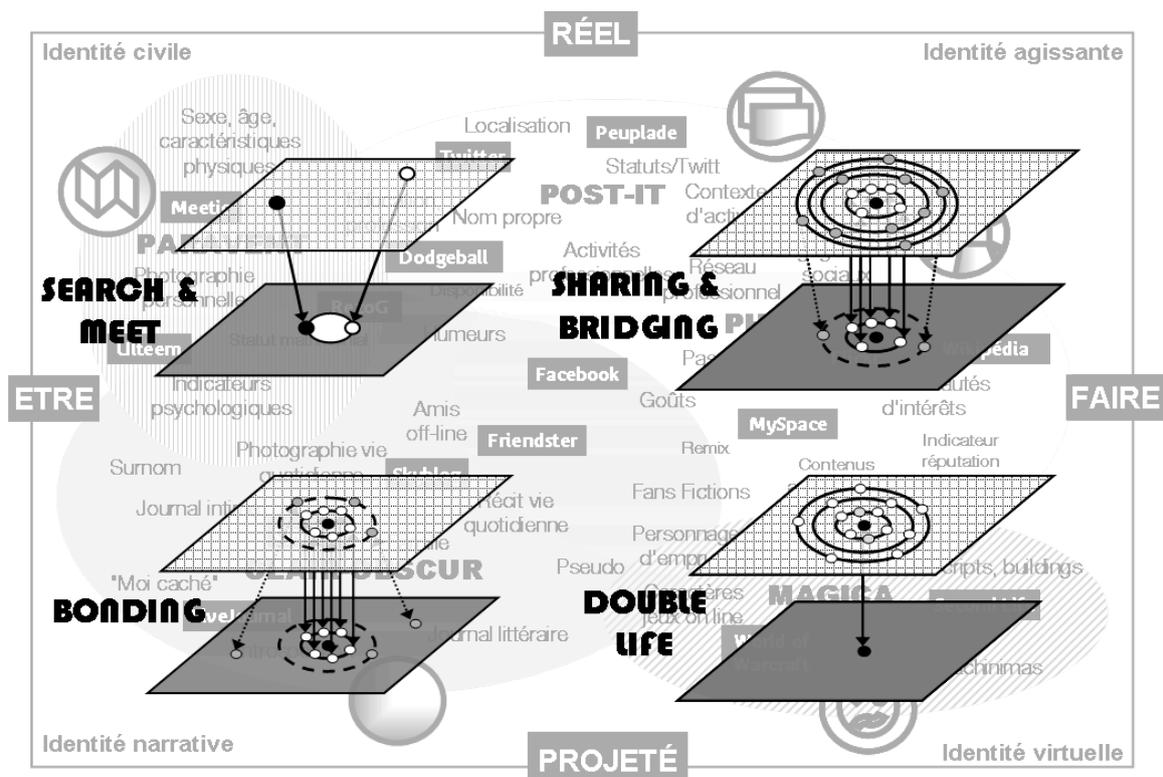
La lanterna magica. Les participants prennent la forme d'avatars qu'ils personnalisent en découplant leur identité réelle de celle qu'ils endossent dans le monde virtuel (Second Life). Venant de l'univers des jeux en ligne (World of Warcraft), les avatars se libèrent des contraintes des scénarios de jeu pour faire des participants les concepteurs de leur identité, de l'environnement, des actions et des événements auxquels ils prennent part. Dans ces univers, l'opération de transformation, voire de métamorphose, identitaire facilite et désinhibe la circulation et les nouvelles rencontres à l'intérieur du monde de la plateforme, tout en rendant encore rares l'articulation avec l'identité et la vie réelle des personnes.

De cette typologie, on peut dégager quatre enjeux de recherche pour les approches de sciences sociales su web 2.0.

1. L'enjeu de la visibilité

Une première lecture éclaire la diversité des formes de visibilité que rendent possibles ces plateformes et leur compatibilité limitée. Certaines plateformes invitent à se cacher pour mieux se rencontrer dans la vie réelle (*se cacher, se voir*), alors que d'autres cachent ou métamorphosent les identités par le truchement d'avatars pour éviter ou se substituer à la rencontre réelle (*se voir caché*). Mais surtout, se dévoiler prend un sens différent dans un espace en clair obscur, où il est possible de « flouter » partiellement son identité pour se rendre peu reconnaissable ou retrouvable (comme le font les jeunes sur Skyblog) (*montrer caché*), et dans la zone d'hyper-visibilité des plateformes développées sur le modèle du phare qui visent à assurer le plus de notoriété possible aux personnes et aux contenus qu'elles publient (*tout montrer, tout voir*).

Une deuxième lecture invite à marquer les différences de nature entre les réseaux sociaux selon leur origine et leur trajectoire. Dans le monde du *paravent*, les personnes sont appariées dans le monde numérique et vérifient leur affinité dans le monde réel. Dans le modèle du *clair obscur*, ceux qui se connaissaient déjà dans le monde réel enrichissent, renforcent et perpétuent leur relation par des échanges virtuels qui leur permettent aussi d'entrer en contact avec la nébuleuse des amis d'amis (principe du bonding dans les théories du capital social). Dans l'espace de forte visibilité du *phare*, les personnes élargissent le réseau de contacts d'amis réels à un large répertoire de personnes rencontrées sur la toile (qui peuvent occasionnellement devenir des amis dans la vraie vie). C'est le partage de goûts, de contenus et d'affinités qui se trouve au principe de cet élargissement du cercle social. Dans le monde du *post-it*, l'imbrication du monde réel et du monde virtuel est si fortement entremêlée et couplée que les deux univers n'ont guère de raison d'être isolés. Dans l'univers de la *lanterna magica*, en revanche, les relations sont d'abord et avant tout virtuelles, et ne se prolongent que rarement dans la vie réelle (même si ce type d'usage tend à se développer avec la tendance au réalisme qui s'exprime aujourd'hui dans les mondes 3D).



C'est le deuxième enseignement de cette typologie : si l'identité se décompose en facettes plus ou moins étrangères les unes aux autres, les réseaux de relations associés à chacune de ces facettes sont peu miscibles. Il est donc assez incertain de faire l'hypothèse d'une unicité du « graphe social », projet visant à ajouter à la liste des personnes (l'annuaire) la carte de leurs liens (le réseau social). Cependant, les nouvelles pratiques sociales qui se développent sur les plateformes relationnelles font aussi apparaître des zones de l'espace relationnel dans lesquelles l'articulation entre des réseaux relationnels autrefois isolés les uns des autres se réalise avec plus d'évidence.

D'une certaine manière, Facebook est au cœur de cette recomposition puisque les utilisateurs, derrière leur nom propre, mêlent de plus en plus amis, collègues et inconnus, tout en pressentant aussi de plus en plus fortement les risques identitaires qu'ils prennent à susciter ce mélange⁴. En effet, il ne fait guère de doute que ce déplacement dans les pratiques de sociabilité qui donne aux proches, amis, famille et collègue, une visibilité nouvelle sur les engagements de l'individu avec chacune de ces sphères reste limité et progressif. Surtout, cette capacité à s'exposer tout en contrôlant son exposition réclame des compétences sociales et relationnelles spécifiques et très inégalement distribuées.

3. La forme des réseaux sociaux

Une troisième lecture invite à différencier la taille et la forme des réseaux sociaux selon les différentes plateformes. Alors que les sites du modèle du *paravent* refusent l'affichage du réseau relationnel pour préserver la discrétion d'une rencontre que l'on espère unique (significativement, seuls les sites gay et libertins se risquent à un affichage du réseau relationnel de leurs membres), les plateformes en *clair obscur* se signalent par de petits réseaux de contacts très fortement connectés entre eux. En revanche, les sites du modèle du *phare* se caractérisent par l'importance du nombre de contacts et par des réseaux beaucoup plus divers, inattendus, longs et distendus que ceux qui s'observent dans la vie réelle. L'extension de la zone de visibilité des individus profite de l'hybridation du réseau social (les amis) et du réseau thématique (les groupes, les tags, les amis-bookmarks, etc.) qui donne à ces systèmes relationnels un caractère profondément hétérogène et ouvre à des modes de navigation et de rencontres beaucoup plus diversifiés.

4. Lampe (Cliff), Ellison (Nicole), Steinfeld (Charles), 2007, "A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network", September, CHI 2007.

n'ont pas formé d'intentions préalables, de buts ou de destinations à leur quête⁵. Les plateformes du web 2.0 ont généralisé le principe du filtrage par le réseau social et par la proximité de goût, en aidant les utilisateurs à se constituer eux-mêmes un univers d'informations qui les détournent légèrement de leurs chemins habituels, les surprennent sans les désorienter, les aident à explorer et à préciser leurs centres d'intérêt. Les activités individuelles des utilisateurs produisent un bien collectif, une zone de pertinence des informations disponibles à chacun, sans que celui-ci n'ait jamais fait l'objet d'un plan concerté – ce qui interdit une approche éditoriale *a priori* par les concepteurs des plateformes.

*

Les nouveaux usages des plateformes relationnelles du web 2.0 font ainsi apparaître des modes de collaboration inédits entre utilisateurs. En écho au célèbre article de Mark Granovetter sur la force des liens faibles, on propose de qualifier ce modèle de coopérations faibles. A la différence des coopérations « fortes » qui se fondent sur une communauté préexistante de valeurs et d'intentions, les coopérations faibles se caractérisent par la formation « opportuniste » de liens et de collectifs qui ne présupposent pas, préalablement, d'intentionnalité collective ou d'appartenance « communautaire ». En invitant à rendre publiques informations et productions personnelles et en développant des fonctionnalités de communication et de mise en partage, ces plateformes proposent une articulation originale entre individualisme et solidarité. Elles favorisent une dynamique de bien commun à partir de logiques d'intérêt personnel.

Les nouveaux usages des plateformes relationnelles du web 2.0 font ainsi apparaître des modes de collaboration inédits entre utilisateurs. En écho au célèbre article de Mark Granovetter sur la « force des liens faibles », on propose de qualifier ce modèle de *coopérations faibles*⁶. A la différence des coopérations « fortes » qui se fondent sur une communauté préexistante de valeurs et d'intentions, les coopérations faibles se caractérisent par la formation « opportuniste » de liens et de collectifs qui ne présupposent pas d'intentionnalité collective ou d'appartenance « communautaire » préalables. En invitant chacun à rendre publiques informations et productions personnelles et en développant des fonctionnalités de communication et de partage, ces plateformes offrent des opportunités à la constitution de formes collectives sur un mode non-prescriptif et résolument auto-organisé. A leur manière, elles favorisent l'émergence d'une dynamique de bien commun à partir de logiques d'intérêt personnel en articulant de façon originale individualisme et solidarité.

Mais elles suscitent aussi une interrogation sur le sens et la profondeur des relations qu'elles nouent entre les personnes. Comme on l'a souligné, les formes relationnelles du

5. Maxime Crépel, "Les usages des folksonomies : Analyse comparative des systèmes et des pratiques de tagging", Actes du Colloque "Web Participatif : mutation de la communication ?", UQAM, ACFAS, Québec, Mai 2008.

6. Aguiton (Christophe), Cardon (Dominique), "The Strength of Weak Cooperation: An attempt to Understand the Meaning of Web2.0", *Communications & Strategies*, n°65, 1st quarter 2007, p. 51-65. Pour une présentation des 10 propriétés de ce modèle, cf. Cardon (Dominique), Crépel (Maxime), Hatt (Bertil), Pissard (Nicolas), Prieur (Christophe), "10 propriétés de la force des coopérations faible", <http://www.internetactu.net/2008/02/08/10-proprietes-de-la-force-des-cooperations-faible/>

web 2.0 mêlent des liens de natures extrêmement différentes. La dynamique d'ouverture du réseau social vers la nébuleuse des proches ou vers des inconnus partageant des traits identitaires communs, favorise une exploration curieuse du monde qui fait son attrait incomparable auprès des utilisateurs. Le principe d'extension du réseau relationnel – qui reste limité sur les plateformes en *clair obscur* – introduit cependant de nouvelles dimensions, la visibilité, la calculabilité et l'exhibition, dans la fabrication des relations sociales. La logique d'accumulation des liens que viennent constamment entretenir de multiples artefacts proposant une métrique relationnelle (compteur d'amis, classement de popularité, notes de pertinence) contribue à réifier la relation amicale. Plus encore, elle invite les participants à endosser des formats de présentation d'eux-mêmes qui les place dans une logique du calcul, de l'exhibé et du rendement. Dans les termes d'Axel Honneth, cette tendance peut s'interpréter comme une « auto-réification », c'est-à-dire une perte de l'accès à sa propre intériorité⁷. La tyrannie du « cool », l'injonction à accepter les nouveaux « amis », l'invitation à l'exposition de soi, le frottement de cercles de sociabilités différents, les révélations incontrôlées ou le conformisme dans la théâtralisation de son identité peuvent générer tout une série d'expériences malheureuses. Si la critique du web 2.0 s'attarde beaucoup, non sans raison, sur les risques concernant la *privacy* ou la captation d'une valeur économique produite bénévolement, elle échoue cependant à mobiliser les participants de ces plateformes en se rendant trop « extérieure » aux opportunités et aux bénéfices qu'ils y trouvent. Une critique plus « interne » devrait pouvoir s'appuyer sur l'expérience des participants pour explorer la diversité des articulations entre formats de présentation de soi et stratégies relationnelles, afin d'isoler les contextes dans lesquels les personnes ressentent négativement les effets de la rationalisation de l'amitié.

Bibliographie

- Aguiton (Christophe), Cardon (Dominique), 2007, "The Strength of Weak Cooperation: An attempt to Understand the Meaning of Web2.0" (with Christophe Aguiton), *Communications & Strategies*, n°65, 1st quarter 2007, p. 51-65.
- Allard (Laurence), Vandenberghe (Frédéric), 2003, « Express Yourself! Les pages perso entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité reflexive peer-to-peer », *Réseaux*, 117, p. 191-219.
- Crépel (Maxime), « Les usages des folksonomies : Analyse comparative des systèmes et des pratiques de tagging », Actes du Colloque "Web Participatif : mutation de la communication ?", UQAM, ACFAS, Québec, Mai 2008.
- Donath (Judith), Boyd (Danah), 2004. "Public displays of connection", *BT Technology Journal*, volume 22, number 4 (October), p. 71-82.
- Honneth (Axel), *La réification. Petit traité de théorie critique*, Paris, Gallimard, 2007.
- Lampe (Cliff), Ellison (Nicole), Steinfeld (Charles), 2007, "A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network", September, CHI 2007.
- Singly (François de), 2003, *Les uns avec les autres. Quand l'individualisme crée du lien*, Paris, Armand Colin.

7. Honneth (Axel), *La réification. Petit traité de théorie critique*, Paris, Gallimard, 2007, p. 104 et suiv.

