



Réseaux sociaux de l'Internet et Espace public

Université de printemps de la FING – 8/9 juin 2006

Dominique Cardon, Hélène Delaunay-Teterel
Laboratoire des Usages, FT R&D

Quel est le modèle d'acteur de l'Entrenet ?



- La coopération : deux modèles d'interprétation "classiques" ...
 - Calcul : rechercher les incitations/intérêts à la coopération des acteurs
 - Don : le sens du collectif comme ressort de l'action altruiste

- ...qui font reposer des hypothèses trop "lourdes" sur les acteurs
 - Trop d'intentions prêtées aux acteurs
 - Polarisation web marchand vs non-marchand

- L'Entrenet s'est développé ailleurs (à côté..., en dessous...)
 - Blogs, social networking, p2p, rencontres, partage de photos, tags...

- L'acteur de l'Entrenet, plus "light"
 - Un acteur "pragmatique" : ni calculateur, ni vertueux
 - Moins s'intéresser aux intentions des acteurs qu'à leurs activités pratiques

La visibilité, impératif relationnel

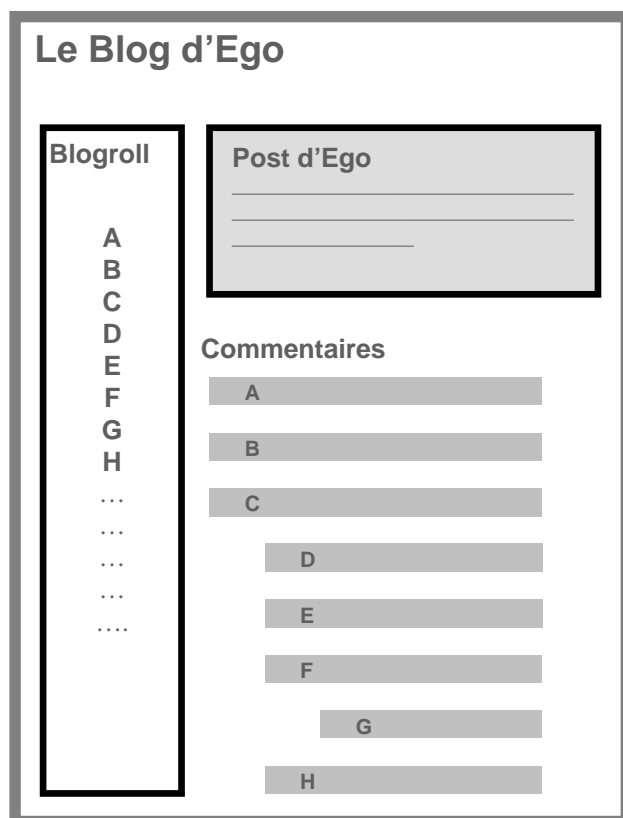


- Déplacement de la frontière public/privé
 - Sensibilité faible au risque de la visibilité ?
 - Visibilité pas (nécessairement) narcissique, mais génératrice de liens sociaux

- Yochai Benkler, *The Wealth of Networks...*
 - Efficacité des coordinations liens faibles/contributions massives
 - Faible coût d'engagement, granularité, modularité
 - Système à base de reconnaissance (non monétaire)
 - Phénomène "longue queue"/Loi de puissance

- Espace public clair/obscur

Le blog comme système relationnel



Les relations sociales sur les blogs...

1. ...sont publiques
2. ...transitent par un objet informationnel
3. ...réunissent des entités hétérogènes
4. ...s'exhibent dans un espace public *plastique*

Deux dimensions de l'Espace public : visibilité et publicité



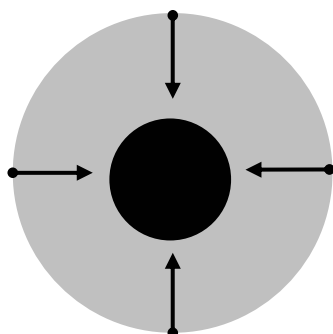
- Extension du domaine de la visibilité publique
 - Espace de circulation et de rencontre (cf. sociologie urbaine)
 - Théâtre d'apparitions
 - **Visibilité des personnes**

- Extension du principe de publicité
 - Espace des prises de positions sur des objets publics
 - Délibération et critique
 - **Visibilité des propos**

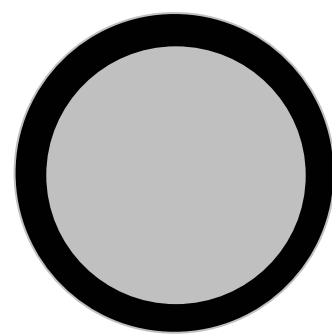
Quatre formes d'énonciation dans les blogs



Visibilité

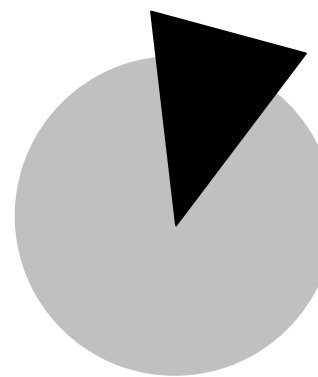


I
Énoncé
incorporé dans
l'énonciation

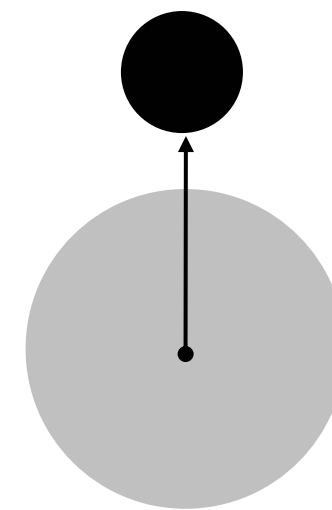


II
Énoncé encastré
dans les activités
de l'énonciateur

Publicité



III
Énoncé exprimant une
facette des qualités
l'énonciateur



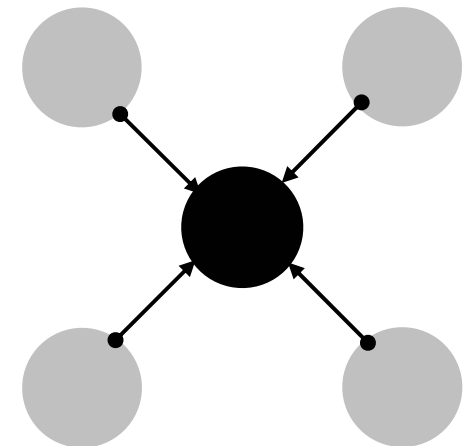
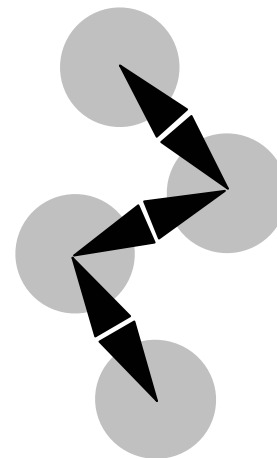
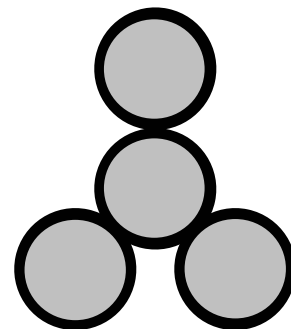
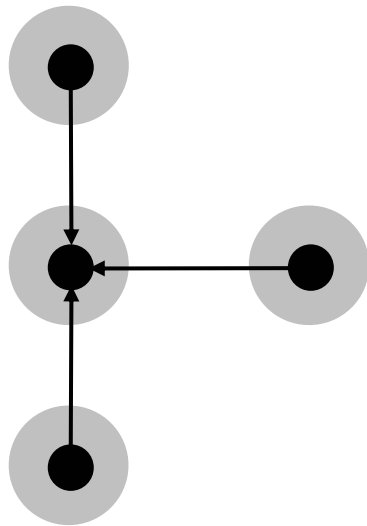
IV
Énoncé détaché
de la personne
de l'énonciateur

Quatre manières d'attacher les personnes par leurs énoncés



Visibilité

Publicité



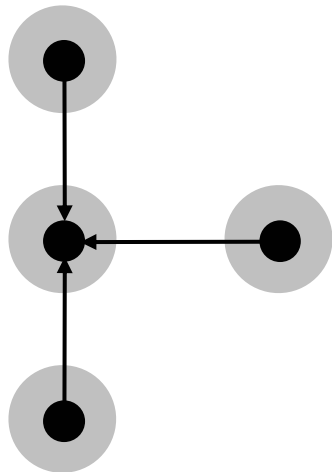
I
Communication
des intériorités

II
Clan

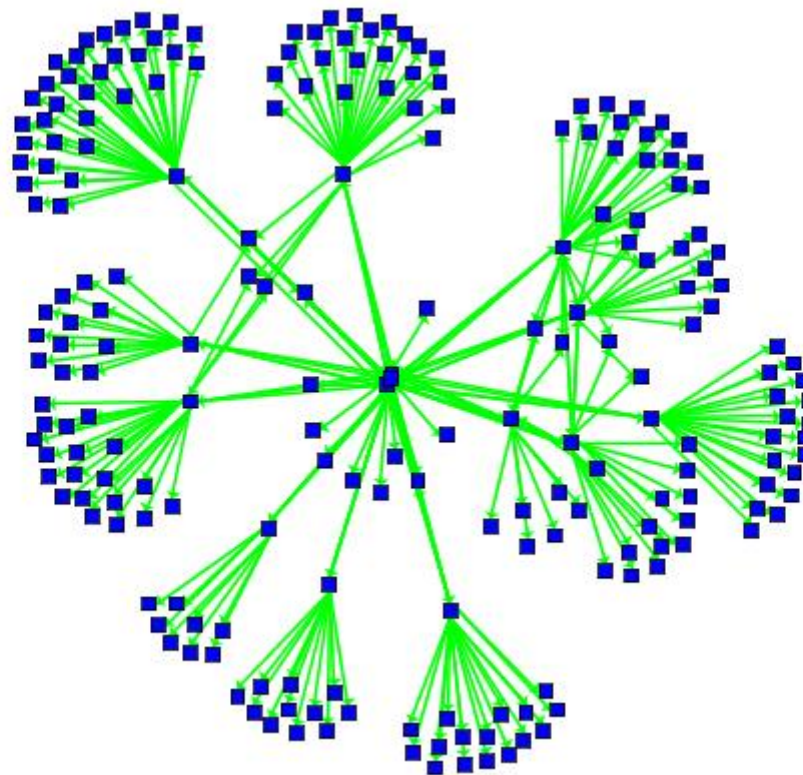
III
Affinités électives

IV
Prise de position

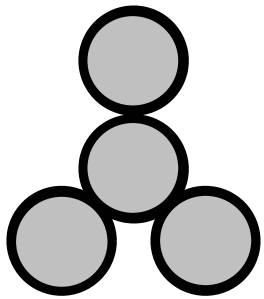
I. Blog "intimiste"



I
Communication
des int riorit s



II. Blogrolls de Skyblogs lycéens

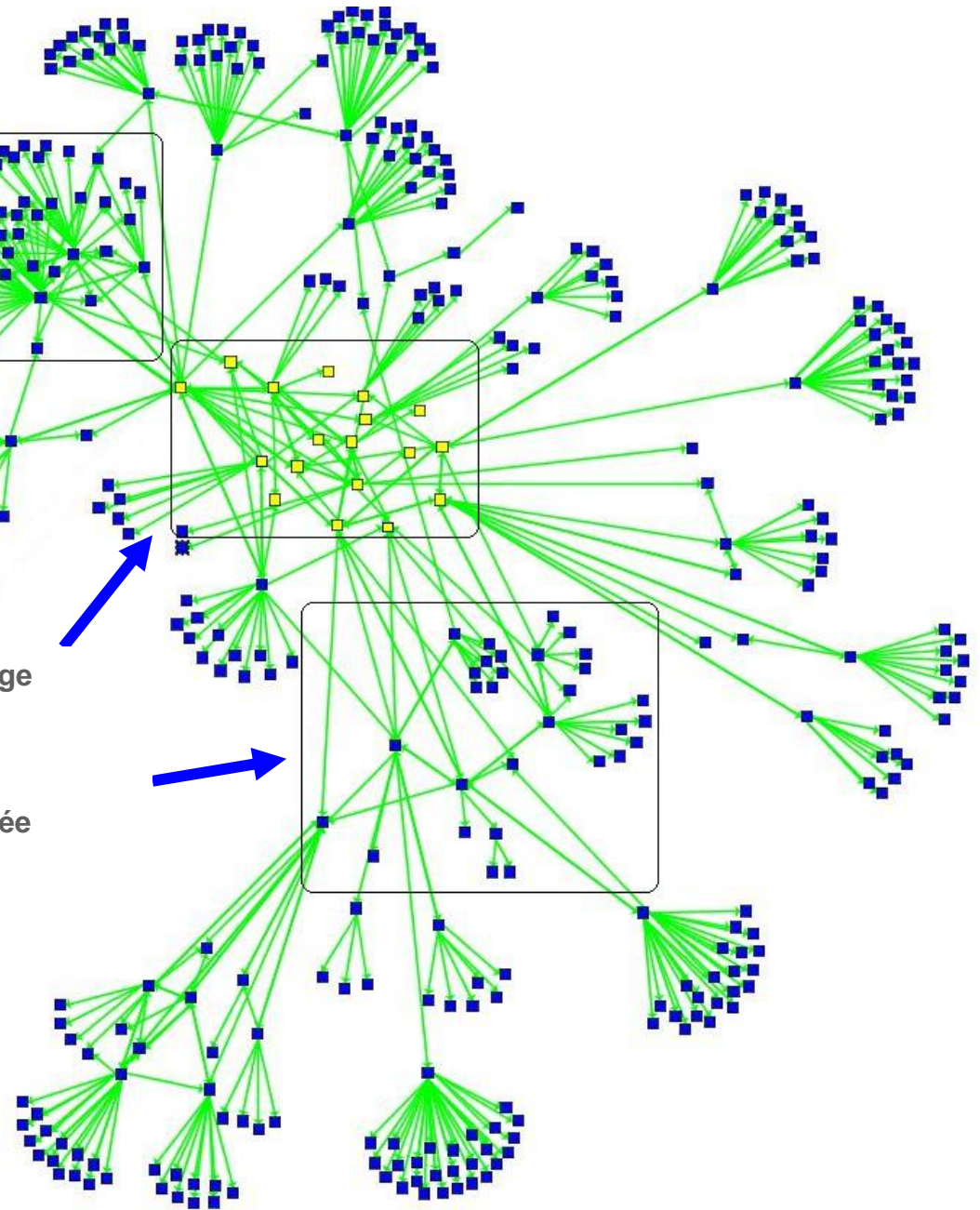


II
Clan

Autre collège

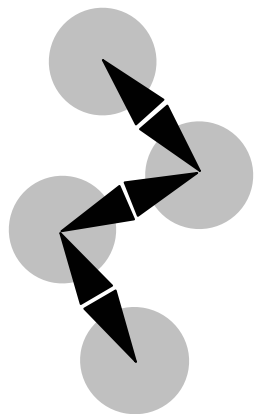
Collège

Lycée

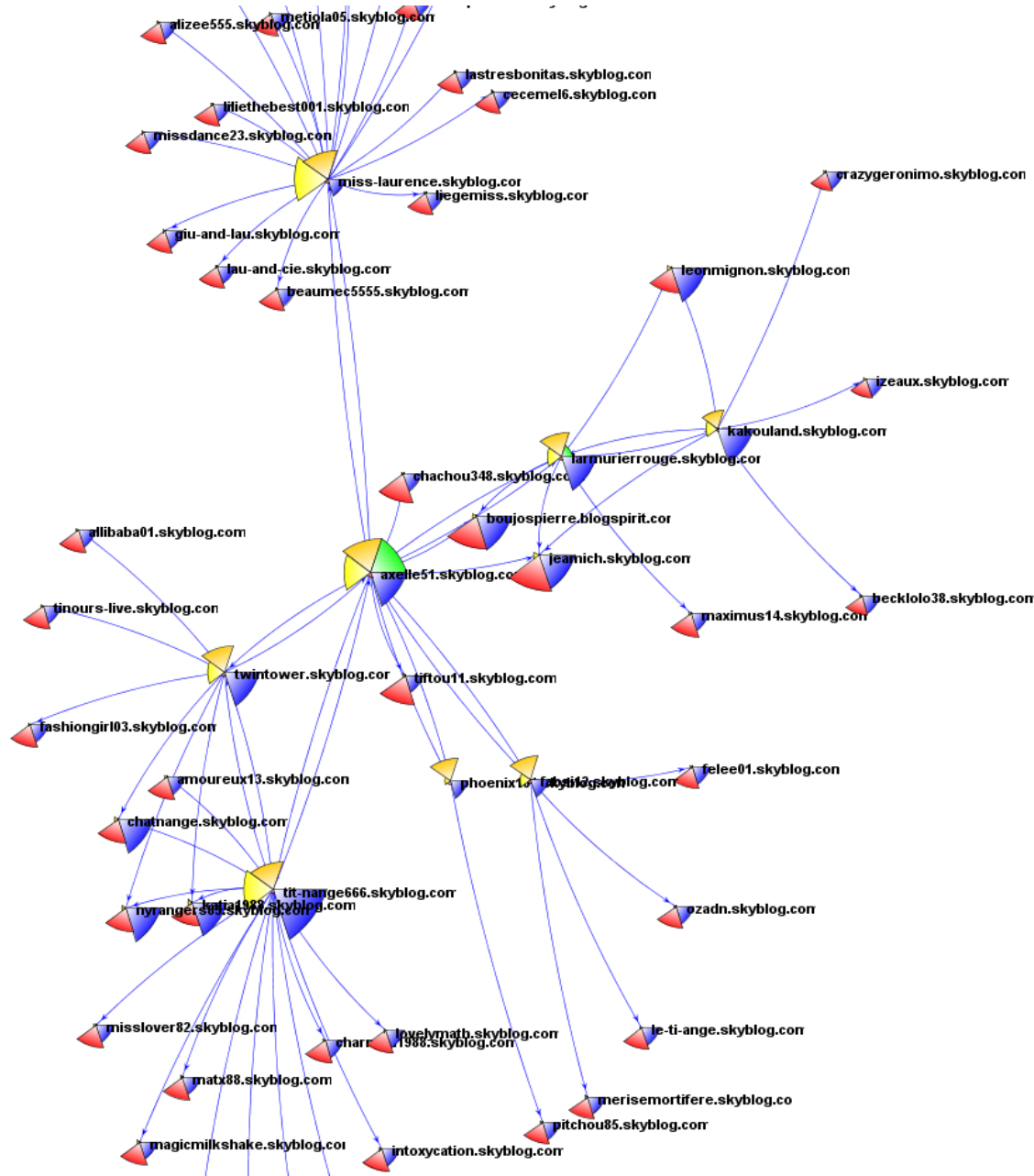


Extrait de Cédric Fluckiger, "La sociabilité juvénile instrumentée: l'appropriation des blogs dans un groupe de collégiens" (à paraître)

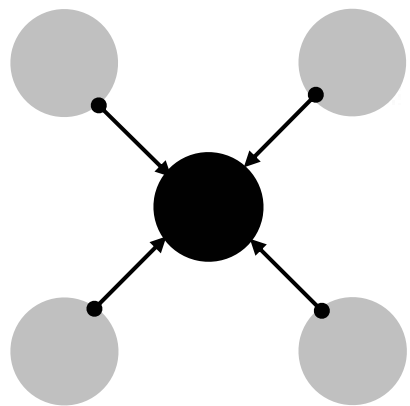
III. Skyblogs : fashion



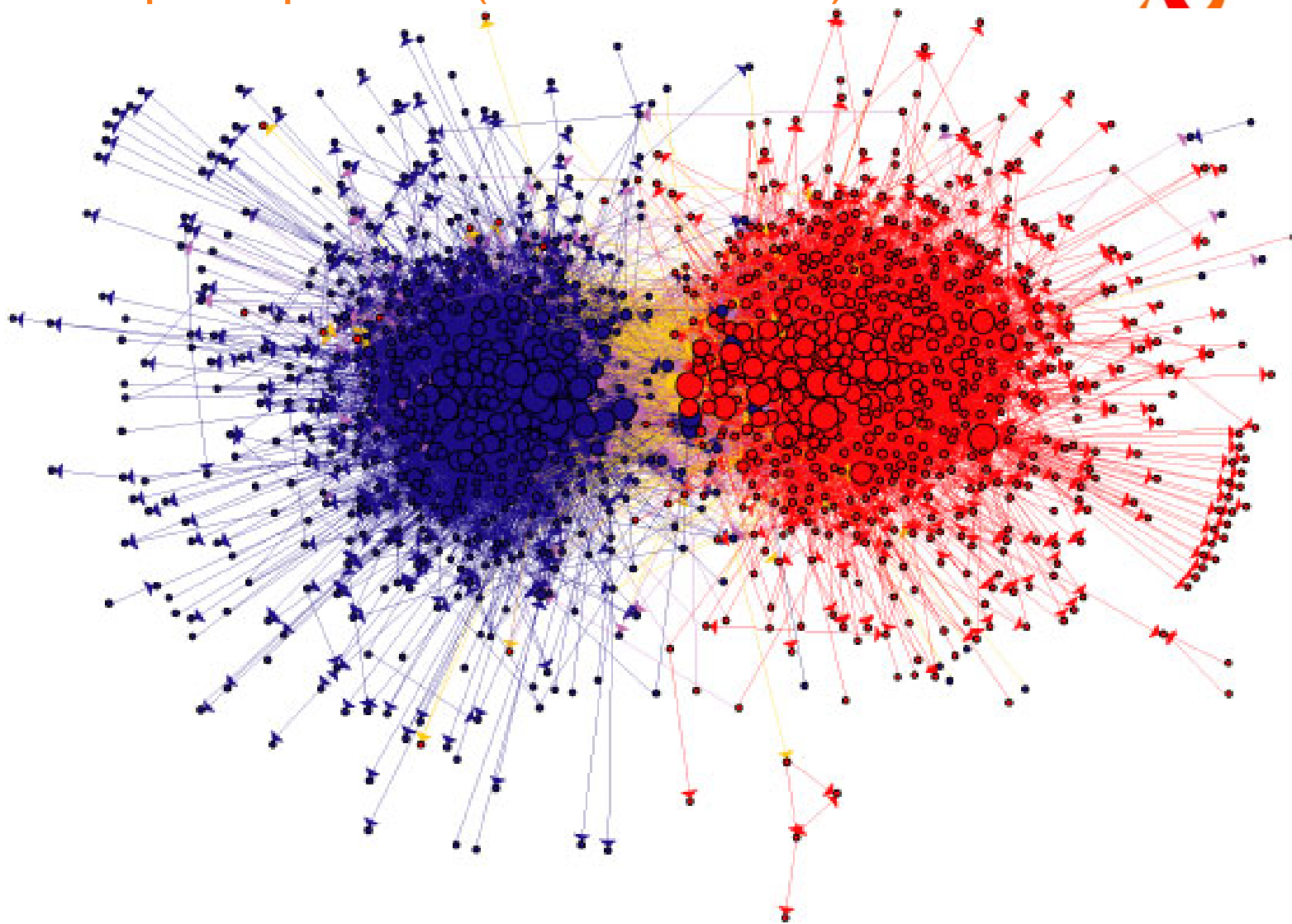
III Affinités électives



IV. La blogosphère politique US (élection 2004)



IV
Espace public
critique



Extrait de Lada Adamic, Nathalie Glance, "The Political Blogosphere and the 2004 US Election : Divided they Blog", mars 2005

Recherche & Développement

(Diffusion
Libre)

Mars 2006

Liens faibles, visibilité forte ?



- La visibilité est un effet du travail relationnel
- Zones à visibilité très différenciée
- Un seul régime juridique de la publication
- Moteurs de recherche, navigation dans les réseaux sociaux de l'Internet

- Des avantages du clair/obscur...