

[Algopol est un projet ANR dans lequel nous avons développé une application pour que les enquêtés visualise leur réseau d'amis sur Facebook sous la forme d'une carte interactive. Cf. <http://algopol.huma-num.fr/appresults/>].

En parallèle de la diffusion de l'application Algopol, nous avons mis en place un certain nombre de dispositifs pour échanger avec les enquêtés, autant dans une logique de service que dans une logique ethnographique. Le but était d'accompagner le recrutement, de résoudre les problèmes remontés par les enquêtés, et d'en « profiter » pour capter des retours sur l'expérience utilisateur. Nous avons bien sûr une adresse mail sur laquelle les enquêtés pouvaient nous contacter ; elle a reçu principalement des demandes de retraits mais aussi des questions<sup>1</sup>. Nous animions une page Facebook, pour diffuser à chaud les nouvelles de l'application au lancement et à froid des résultats<sup>2</sup> ; cette page a aussi reçu des messages, public et privé. Enfin, nous avons pu participer à différents événements liés au numérique et à la recherche : Futur en Seine, le festival du numérique, qui s'est tenu du 12 au 16 juin 2014 à Paris ; la fête de la Science, à l'université Paris Diderot, où nous étions présents du 8 au 11 octobre 2014. Ces échanges et présentations donnent des éléments sur l'expérience que les enquêtés ont d'Algopol. Or les pratiques de l'application indiquent en creux les pratiques de Facebook et montrent les ombres des usages que nous ne captions pas avec les données. Sans prétendre faire une réelle enquête de réception, voilà quelques éléments des enquêtés sur leur participation à l'application.

### **Donner son corps (Facebook) à la recherche ?**

L'intérêt des présentations est que ces situations de recrutement permettent d'entendre les refus des personnes qui ne souhaitent pas participer. Le premier argument entendu est « *si vous collectez mes données, pas question* ». Cette réaction est justifiée avec un mélange plus ou moins confus de peur de la surveillance et de sensibilité très forte au caractère personnel des données. Qu'Algopol fasse craindre une surveillance est inhérent au fait de partir des individus et non pas des contenus. Cette question ne se pose pas quand une recherche collecte les flux RSS des médias ou les pages de conversation sur Wikipédia. Il est vrai que l'application collecte de nombreuses informations sur un enquêté, comme son corps virtuel. L'échantillon souffre donc très probablement d'une sous-représentation des comptes Facebook intimistes.

Les internautes sont-ils inquiets sur l'utilisation de leurs données personnelles ? Le projet n'adresse pas directement cette question, mais quelques éléments de contexte permettent de resituer l'environnement ambiant de l'application. Tout d'abord, les révélations d'Edward Snowden ont mis en lumière des pratiques de surveillance à grande échelle et non officielles. A une échelle plus petite, le web grouille de transferts de données entre services<sup>3</sup>, notamment pour monétiser les applications gratuites avec de la publicité ciblée. Il est donc légitime de s'inquiéter de pratiques non encadrées par une législation et non consentie par les individus. Cependant, l'inefficience de ces pratiques semble montrer que le traitement des données n'est pas (encore) aboutit. Ce fourvoiement résulte de deux constats actuels. D'abord, les activités numériques ne disent qu'une partie des pratiques d'un individu. Les données incarnent une manne pour l'observation des usages numériques mais un leurre pour l'observation des individus. Ensuite, croire que les données Facebook, une fois accédées, donnent une vision limpide et claire de chaque participant est une gageure. Le fantasme de l'analyse des traces numériques donne encore plus de pouvoir aux machines que ce qu'elles n'ont aujourd'hui réellement.

---

<sup>1</sup> Au 04/11/2014, le mail [contact@app.algopol.fr](mailto:contact@app.algopol.fr) a reçu 76 mails

<sup>2</sup> Au 04/11/2014, la page Facebook de l'application a 785 fans (et l'application a été *likée* par 3323 internautes).

<sup>3</sup> Cookievizz, développé par la CNIL, permet de visualiser au cours d'une navigation quels sont les sites avec lesquels le navigateur échange des informations. Voir différents outils de ce type dans l'article suivant : <http://rue89.nouvelobs.com/2014/08/30/grace-a-donnees-peut-tout-savoir-voyez-meme-254336>, consulté le 18/11/2014

En testant cette question de la surveillance auprès des participants à Algopol à Futur en Seine, certains volontaires ne voyaient pas le « problème ». Ces personnes expliquaient qu'elles exerçaient un contrôle en amont sur leurs données : ce qui est mis sur Facebook, expression ou photo, est à leurs yeux une expression publique et donc préalablement filtrée. Entre les deux extrêmes de « mes données sont privées » et « mes données sont publiques », il y a tout un continuum de rapports au caractère sensible ou non de ce qui se passe sur Facebook. Le curseur de « sensibilité » d'une information personnelle varie donc d'une information à l'autre pour une même personne, et d'une personne à l'autre pour une même information.

### ***Les interactions sont publiques mais le réseau est privé***

Les réactions sur la carte sont aussi une source de *verbatim* intéressants pour comprendre le rapport à Facebook de nos enquêtés. Les enquêtés commencent par identifier chaque groupe, ou les points « en gros », et se mettent à raconter tel ami ou tel lien et tel groupe. Il n'y a rien d'étonnant à ce que les amis de l'équipe de foot soit tous amis sur Facebook, mais le voir permet de percevoir ce groupe parmi les autres amis. Après cette première approche, qui peut prendre du temps, les enquêtés se mettent à utiliser les paramètres comme la période d'observation pour se souvenir de qui étaient les premiers amis, ou la taille des boutons pour tester qui *like* le plus les statuts. Cette exploration donne rarement des surprises, j'ai une fois vu un enquêté découvrir un lien d'amitiés entre des alters sans que ce lien ne soit connu au préalable. Au contraire, les enquêtés disent en général percevoir eux-mêmes les « résultats » de l'application : « *je le savais, ma belle-mère me like plus que ma mère !* » (Femme ~35 ans, cadre). L'utilité de la carte peut alors être mise en question. L'ambiguïté vient du fait que la carte restitue à l'enquêté ses amis, qu'il connaît et fréquente sur Facebook ; donc la carte est sensée être sue, à tout le moins perçue.

Si la carte ne produit en général pas de surprise, elle fait tout de même son petit effet. Les amis ne sont en effet pas classés par ordre alphabétique, rangés par fréquence de contact, ou archivés par ancienneté. La carte structure les amis en fonction de leur groupe d'appartenance et donc de la densité des liens. Autant les chercheurs ne peuvent comprendre que la structure du réseau avec des indicateurs, autant l'enquêté lit cette visualisation avec des émotions, retrouvant des amis appréciés, des connaissances délaissées, des ex reniés mais non effacés, des histoires tristes comme des connaissances décédées. Ce ne sont pas les meilleurs amis attendus, il manque des amis, ce ne sont pas du tout des amis, ce ne sont plus des amis... Le rejet de la carte montre que les participants donnent à Algopol leur profil et leurs expressions, mais reçoivent en retour autre chose. Les réactions plus positives qui consistent à « reconnaître » son réseau et identifier les différents groupes montrent que la carte est un « miroir » des sociabilités. L'application Algopol illustre une formalisation structurelle de la sociabilité avec une perspective jamais vue, celle des groupes d'« amis d'amis ». La carte ne dit pas tant ce que Facebook sait de l'enquêté et que l'enquêté ne sait pas (*sic*), mais ce que l'enquêté perçoit des différences relationnelles et structurelles entre ses amis Facebook, et que les amis de l'enquêtés ne savent pas.

Cette visualisation est ainsi ressentie comme très personnelle, ce qui explique l'échec des « partages » de la carte. Cette fonctionnalité avait été développée afin de générer un recrutement viral sur l'application : l'idée était que si un enquêté publie sa carte, ses amis auront envie de voir la leur et participeront à leur tour. Force est de constater que la viralité de l'application a échoué<sup>4</sup>, les enquêtés sont venus des médias mais pas des amis. Et effectivement publier la carte a été largement rejeté par nombre d'enquêtés rencontrés, et tout particulièrement par les femmes. Soit la structure sociale de la carte et l'affection de l'enquêté pour ses amis sont cohérentes, alors Algopol affiche une position relative des amis les uns par rapport aux autres qui se lit comme des choix affectifs. Publier

---

<sup>4</sup> L'équipe projet a imaginé nombre de « widget de partage », avec parfois un score de sociabilité, parfois un podium des meilleurs amis, parfois des pins de performance. La formule retenue est donc un widget présentant la carte, et le hit-parade des 5 meilleurs amis suivant le paramètre de taille des points et la période d'observation implémenté sur la page au moment où l'enquêté partage la carte ; j'ai ainsi vu quelqu'un partagé 1 carte par année de présence sur Facebook.

sa carte revient alors à afficher ses préférences affectives, ce qui n'est pas très fin. Soit la structure et l'affection sont distinctes (« *mon meilleur liker, c'est un boulet* », homme 38 ans, cadre), alors la carte Algotop montre une stratégie relationnelle sur Facebook qu'il n'est pas non plus nécessaire de montrer. Ainsi, même pour les enquêtés qui considèrent leurs interactions sur Facebook comme publiques, la structure du réseau est, elle, perçue comme privée.

### ***L'expérience des self-data : règles et ajustements numériques***

Ces dires des enquêtés mettent en avant deux traits caractéristiques des sociabilités sur Facebook. Le premier élément qu'il convient de rappeler est que les dispositifs numériques, et notamment Facebook, génèrent un tropisme vers l'activité en ligne. C'est un enquêté qui a souligné ce point en réagissant à la sélection des cinq amis à décrire. Il a hésité un temps avant de comprendre « *en fait, euh, c'est mon Facebook d'avant (...) de quand j'étais actif, et qu'on découvrait le truc et tout* » (Homme, 36 ans, Cadre). Il raconte en effet que ses meilleurs *likers* et *commenters* sont des collègues d'il y a plusieurs années, qu'il voyait quotidiennement au moment où tous se mettaient sur Facebook avec une certaine émulation. Par la suite, l'enthousiasme s'est tassé, l'enquêté a moins publié, ces personnes se sont éloignées, et comme l'enquêté publie beaucoup moins de statuts, les nouveaux collègues, tout aussi sympathiques que les anciens, n'ont pas l'occasion de produire beaucoup de *likes* et *comments*. Ainsi, les amis de la période active restent sur le podium des meilleurs amis Facebook car même s'ils n'augmentent plus leur score, ils ne sont rattrapés que très lentement par les nouveaux amis actifs sur une période plus contemporaine.

Le deuxième élément qui me paraît important est que les *data* d'activités personnelles sur Facebook mélange les règles et les dérogations aux règles de l'enquêté. C'est ce qui ressort de plusieurs entretiens sur la réception de la carte et ce qui semble être le levier principal de la réflexivité sur la pratique de Facebook. Les enquêtés commencent en effet par raconter comment ils utilisent Facebook en indiquant les règles qu'ils se donnent, par exemple « ne pas être ami avec le boulot, parce qu'il faut bien séparer les deux, la vie perso et la vie professionnelle » ou « ne jamais parler politique, on sait jamais, ça peut fâcher ». Ces règles m'ont souvent paru très formelles et pas seulement chez les enquêtés de milieux intellectuels ; les lycéens de la partie II verbalisent sans hésitations les conditions qu'ils se sont donnés pour devenir ami avec un inconnu par exemple. Cette autorégulation de la pratique peut résulter du discours médiatique et ce qu'on entend des pratiques numériques, ainsi que d'une forme de pédagogie non coordonnée émanant des institutions, des professeurs pour les lycéens mais aussi des collègues, des amis, des expériences pour les adultes. Dire les règles que l'on s'est fixé sur Facebook c'est dire que l'on a entendu et assimilé le bruit ambiant sur les bonnes manières d'utiliser le réseau socionumérique.

L'expérience de *self-data* proposée par l'application Algotop montre aux enquêtés les dérogations aux règles auto-prescrites : un ami qui est isolé parce que c'est un collègue, un inconnu qu'on a accepté pour un flirt, etc. Une enquêtée raconte plus précisément une expérience avec la publication de photos. Elle signale qu'elle n'aime pas mettre des photos de personnes, à part ses photos de profils ; elle insiste deux fois au cours de notre échange sur sa règle de ne pas poster des photos de groupe. Elle prend pour anti-modèle son cousin qui poste les photos de fête de famille, photos qui la mettent mal à l'aise et donc elle établit sa propre règle d'usage à l'inverse. Plus tard dans la discussion, en explorant son historique Facebook, nous passons sur l'onglet Photo et Album, et elle y retrouve un ou deux albums de photos de soirées, où il y a donc des photos de groupes de même nature que celles des fêtes de famille. Elle se justifie un peu en disant que c'était au début de Facebook, qu'elle n'avait pas encore très bien fixé les règles ... mais constate avec une certaine humilité qu'elle fait des entorses à son propre règlement. Ainsi, ce que les *self-data* peuvent montrer des pratiques individuelles sert à formaliser les règles auto-fixées et les ajustements tolérés. Algotop permet une réflexivité sur les pratiques personnelles qui supplée à l'absence de formation et de discussion sur les usages.