

CHETTAB Célia PARK Séri  
SERAIN Clément Audebert Isaline

## **PROJET DU SEMINAIRE**

### **« ECONOMIE DE LA CONTRIBUTION »**

*Projet réalisé suite à la conférence du 10 février 2015 sur les « Réseaux sociaux herméneutiques » dans le cadre du séminaire « Muséologie, muséographie et nouvelles formes d'adresse au public » au sein de l'Institut de Recherche et d'Innovation (IRI).*

### **Introduction**

Ce projet comporte deux travaux à commencer par une synthèse de la conférence se trouvant ci-après. Etant donné la complexité de celle-ci, il nous a été difficile de formuler ici des consensus ou des dissensus entre nous sur les idées exposées. Nous avons donc privilégié la rédaction d'un résumé reprenant les idées principales des trois interventions de la conférence par Alain Garnier, Henry Story et Yuk Hui. Précisons tout de même que ce résumé a été rédigé par les quatre membres du groupe et qu'il témoigne de notre compréhension commune de la conférence. Le deuxième temps du projet correspond au travail sur la plateforme *Ligne de Temps*. Nous avons choisi de réaliser un seul projet avec une ligne de temps par étudiant soit quatre lignes. Ce travail est disponible à partir du compte d'Isaline Audebert (Identifiant : IsalineAudebert, Mot de Passe : IsalineA), nous y renvoyons le lecteur.

### **Première intervention par Alain Garnier**

Alain Garnier, co-fondateur du réseau social professionnel Jamespot, cherche à comprendre le mécanisme profond d'un substrat numérique à travers le réseau social Facebook. Le fait que Facebook soit le réseau social qui capte le plus d'attention justifie son choix.

#### Les évolutions du web

Dans un premier temps Alain Garnier nous présente les évolutions du web pour comprendre au mieux le phénomène des réseaux sociaux. En dix ans, l'utilisation du web a explosé et s'est rendu indispensable avec aujourd'hui un milliard d'utilisateurs, parmi lesquels cinq cent milles sont sur Facebook. Ce réseau social a su monopoliser notre temps. Cependant, la tendance s'inverse ces dernières années avec l'arrivée des smartphones ; les réseaux se sont multipliés et Facebook est devenu obsolète pour les 15-17 ans qui préfèrent Snapchat ou Twitter

#### Décryptage du réseau social Facebook

Ce décryptage commence par une description de ce qu'on trouve et ce que l'on voit sur une page Facebook. L'objet est le profil, le graphe social choisi par ce réseau est symétrique,

contrairement à celui de Twitter. Les objets contenus sont divers : articles, photos, événements. Les audiences peuvent être plus ou moins restreintes par l'utilisateur. L'action sociale par excellence sur Facebook n'est plus le commentaire, mais le *like*, le « j'aime ».

### L'herméneutique du « j'aime »

On constate sur Facebook qu'il y a en moyenne trente-trois *likes* pour cinq commentaires. Cela nous montre que plus il y a d'efforts à faire, moins d'actions sont réalisées. Une action sur Facebook, comme le *like*, peut toucher jusqu'à soixante-quatre milles personnes. Alain Garnier compare cette propagation à celle d'une explosion nucléaire.

### Un écran limité

Notre écran étant limité, Facebook doit faire une sélection de ce qui nous sera présenté. Pour cela un algorithme de choix a été mis en place. Il prend en compte le fait que lorsqu'on voit une information, on la juge d'abord de manière émotionnelle puis de manière rationnelle, sémantique. Sa sélection est établie en fonction de ce qu'on a « aimé » ou commenté, c'est-à-dire en fonction de ce qui nous a procuré des émotions et fait réagir.

### La monétisation

Facebook conserve son utilisation gratuite pour ces inscrits, cependant les espaces de publicités se font de plus en plus présents sur les fils d'actualités. Cela diminue les informations utiles perçues. De plus, grâce aux nombreuses informations sur ses utilisateurs, Facebook peut cibler au mieux les publicités à leur présenter. D'autres réseaux sociaux, tels que Instagram, qui sont basés sur l'émotion produite par l'image, ont eux aussi intégré de la publicité aux contenus.

### Optimisation

Le mur étant un espace limité : par son algorithme, Facebook rationalise l'information, et la rend facile d'accès par l'affichage. L'utilisateur n'a qu'à faire défiler les informations et « aimer » les contenus quand il le désire. L'effort produit par les utilisateurs est vraiment minimisé. Noam Chomski a théorisé une stratégie de la manipulation des masses. On se rend compte que sur les dix points développés lors de cette théorie, Facebook en utilise sept, dont les Bigdata pour le ciblage des publicités. Google lui n'en utilise que deux sur dix. Ces Bigdata collectées par le réseau social peuvent très bien être récupérées et utilisées à des fins politiques.

### Structuration sociale

Alain Garnier revient sur la structuration sociale du *like*. Le « j'aime » ou « j'aime pas », est à la base des émotions. C'est une structuration qui fait référence à l'enfance où on ne se cantonne qu'au « j'aime » ou « j'aime pas ». Une fois encore, Facebook s'est tourné vers une simplification des codes. Pour cela, il privilégie l'affichage de photographie et d'illustrations, car ce sont les images qui procurent le plus d'émotions et donc sont sujettes aux réactions et par la même occasion aux *likes*. Facebook est donc interprétable comme une chaîne de production où les utilisateurs intègrent des mécanismes répétitifs tel que le *like*.

### Les autres réseaux sociaux : les micros communautés

Les micros communautés comprennent entre cent et mille membres, elles sont autogérées. Au-delà de mille membres, il est obligatoire pour un réseau social d'avoir une gouvernance. Les

trois règles d'une micro-communauté sont les suivantes : choisir son algorithme, décider de sa gouvernance et enfin avoir une liberté vis-à-vis des autres membres de la communauté. Cette liberté sous-entend une transparence entre les membres. Elle comprend un modèle de grand frère pour sa gouvernance, et non un modèle patriarcale et dominant comme Facebook. Il doit régner un équilibre entre les intérêts marchands de la communauté et ce que la communauté veut mettre sur son réseau social. Le risque de ces micro-communautés est d'être sujet à un effet silo : la communauté se referme sur elle-même, à l'inverse des gros réseaux sociaux qui s'ouvrent sur le monde. Les premiers réseaux sociaux privatifs sont créés par les associations, ce qui leur permet d'instaurer une gouvernance pour gérer les adhérents et la vie interne de l'association. Les entreprises ont voulu imiter ce modèle. Cependant, pour 75% des entreprises, Facebook détient la gouvernance. Dans le monde de l'éducation, il est encore difficile d'intégrer les réseaux sociaux. Le monde de la recherche est lui face à un dilemme entre la collaboration et la compétition. La recherche reste finalement plus proche de l'esprit de compétition ou le « moi je » prime sur la collaboration, et est plus proche d'un modèle individuel comme le réseau social professionnel LinkedIn. Les musées sont quant à eux tirillés entre leur volonté d'attirer un public large et leur désir de satisfaire au mieux les habitués.

### Conclusion

Internet avait pour but d'interconnecter les réseaux privatifs. Or, les réseaux sociaux vont à l'encontre de cet objectif. Les connexions entre les réseaux sociaux permettraient d'éviter les effets silo auxquels ils sont sujets. Cependant les réseaux sociaux dominants échappent à cet effet. Aujourd'hui les gros réseaux sociaux tels que Twitter, Facebook, Instagram, ou Pinterest sont interconnectés. Nous pouvons poster du contenu depuis un réseau à l'autre.

## **Deuxième intervention par Henry Story**

La seconde intervention a été menée par Henry Story. Pour développer son propos, il se base sur trois scènes du célèbre film *2001, l'Odyssée de l'espace*, réalisé Stanley Kubrick.

### L'écrit comme élément fondateur des sociétés

La première image du film représente l'aube de l'humanité et le monolithe découvert par les singes. Henry Story fait un parallèle entre le monolithe et le code de Hammurabi. Il explique que c'est grâce aux écrits qu'il peut y avoir une socialisation des individus. En effet, la première étape de la constitution d'une société est de se fixer des principes et des limites. Une fois que tout cela est fixé, les écrits viennent externaliser la pensée des individus et fonder concrètement la société, elle-même régit par ces écrits. Par conséquent, en fonction des principes que les individus se sont fixés dans le monde, il existe différentes sociétés. Celles-ci peuvent être en contact entre elles et communiquer et travailler ensemble.

### La transposition des relations sociales du monde réel au monde virtuel

La deuxième image du film est celle d'un vaisseau spatial. Henry Story explique que les lieux comme l'espace force l'être humain à rendre explicite tout ce qui est implicite sur terre : respirer, se déplacer... Si l'Homme désire donc aller dans l'espace, il faut qu'il repense à ce qu'il ne pense jamais sur Terre parce que c'est naturel pour lui. L'espace d'internet est similaire : il nous a obligé à repenser ce qui est naturel dans la vie réelle à savoir les interactions et les relations

entre les individus. Mais comment faire pour réaliser la transposition du monde réel au monde virtuel ? Chaque objet ou individu et chaque relation peuvent être identifiés à des chiffres mais ce n'est pas compréhensible par l'Homme. Le web 1 permet alors de décrire les objets en tapant le nom de l'objet dans une barre URL. Cela permettait d'accéder au document relatif à l'objet et contenant sa description. Aujourd'hui, les graphes nous permettent de représenter les individus et leurs relations. Un graphe représente toutes les relations pour un individu (ce qui en fait un groupe social), tandis que deux graphes nous permettent de voir les relations communes entre deux individus (et donc entre deux groupes sociaux). Ceci dit, les relations et les différentes « vérités » ne sont pas aussi rigides dans la réalité, d'où la nécessité de l'introduction de la notion d'herméneutique dans les réseaux sociaux virtuels. Il faut pouvoir aussi décrire des relations qui n'existent pas ou en tout cas pas encore. Ainsi au niveau des graphes, on se place ni dans l'un ni dans l'autre mais ailleurs.

#### Proposition d'un énorme réseau décentralisé à la place d'un grand réseau centralisé

La troisième image du film nous montre un monolithe dans une chambre à coucher d'une maison futuriste. Henry Story assimile cette fois le monolithe à un ordinateur : pour lui, chacun aura un jour ses propres « tables de lois » et donc son propre réseau social personnel. Tous les réseaux (de chaque individu, institution, association...) seront alors reliés entre eux dans le cadre d'un réseau encore plus grand. Le web sémantique permettra de faire le lien entre les informations des réseaux. Des informations auxquelles chaque individu pourra avoir accès (dans la limite d'un accès contrôlé bien sûr). Très concrètement, l'interface graphiste sera personnalisée en fonction de chaque individu : l'idée est de pouvoir choisir à travers toutes les informations ou toute les « vérités » et faire ainsi une sélection en fonction de ses envies. L'intérêt d'un tel réseau social c'est que l'information est choisie et contrôlé par tous et pas par une gouvernance unique comme c'est le cas avec Facebook. Ainsi, le dialogue pourra être favorisé entre les individus car ils construiront leur propre plateforme d'échange et ne seront pas contraint par les seuls outils proposés par une plateforme unique comme Facebook.

#### Conclusion de l'intervention

Henry Story termine son intervention par l'idée de l'introduction de ce qu'il appelle la controverse dans le web sémantique. La description d'une chose peut être multiple ce qui pose des problèmes pour faire le lien entre les informations entre les réseaux. Pour régler le problème, il faut donc intégrer cette notion d'interprétation dans le web sémantique.

### **Troisième intervention par Yuk Hui**

La troisième intervention a été menée par Yuk Hui, chercheur à l'université de Lüneburg, chercheur invité à l'IRI, philosophe et également informaticien. Durant son intervention, il tente de trouver des solutions au web social et plus précisément sur la façon dont il est possible de sortir du paradigme actuel des réseaux sociaux.

#### La notion de vérité

Yuk Hui définit la vérité comme un produit de notre système de pensée. Lorsque nous émettons une vérité, cette dernière n'est pas celle qui nous est propre. Cette vérité est en fait la synthèse de nos expériences, de nos relations, de nos réseaux et de notre éducation. Un individu croit donc en

une vérité car elle est définie selon ses connaissances et elle est vraie dans cette condition. Par conséquent, comme les vérités sont propres à chacun, deux individus n'auront pas forcément la même vérité sur une même question.

### Ouverture au monde de Facebook

Yuk Hui considère que le paradigme des réseaux sociaux empêche l'ouverture du monde. Il prend le réseau social Facebook comme exemple car il s'agit d'un réseau international puisqu'il touche des individus dans le monde entier. Il explique que Facebook permet de rendre compte de relations réelles entre ces individus, des relations d'amitié à la base. Un individu peut exprimer ses sentiments et ses idées par l'intermédiaire de textes, de photos ou de vidéos mais il peut avoir accès également aux contenus partagés par ses amis. Yuk Hui explique aussi que Facebook est utilisé par plus de cinq cents milles utilisateurs dans de nombreux pays ce qui en fait un réseau social mondialisé. Mais il précise aussi que ce réseau est centré au départ sur l'individu.

### Problème idéologique

Il existe deux propositions pour l'amélioration des réseaux sociaux.

D'une part, une croyance de certains hackers et ingénieurs exprime l'idée qu'en améliorant la technologie par l'application de la théorie de la logique, nous pouvons contribuer à résoudre les problèmes sociaux et politiques. Cette idée rejoint l'esprit de la contre-culture californienne.

D'autre part, certains technocrates et politiciens pensent atteindre ce but en modifiant les lois sur la protection des données personnelles comme par exemple, la protection de la vie privée ou l'obligation pour les entreprises d'effacer les données de leurs clients.

Le concept de New Deal on Data du professeur Alex "Sandy" Pentland pose les bases de la problématique épineuse d'une société de données. Pour proposer une disponibilité des données tout en améliorant la protection des données personnelles, nous devons améliorer les technologies. Cette condition est la clé de voûte pour parvenir à une société juste et démocratique.

On peut qualifier cette approche d'utopique voire naïve car elle a tendance à réduire simplement la société comme un système informatique et qu'elle présuppose que les règles édictées par ce système seront forcément suivies.

### Epistémologie

Le problème épistémologique de Facebook, en tant que réseau social le plus utilisé au monde, semble difficile à résoudre étant donné son caractère central, mondialisé et surtout issu d'une entreprise privée (même si certains pays comme la Chine ont interdit l'utilisation de Facebook). En effet, Facebook est maintenant une évidence pour tout le monde, il est donc difficile d'en sortir. Yuk Hui explique par exemple que dans la vie réelle, il n'est pas possible de quantifier son niveau de vie sociale et d'en faire part aux autres individus. Or, avec Facebook, le nombre d'ami pour un individu peut être considéré comme le témoin d'un niveau social caractéristique. Il est

d'ailleurs très facile pour les membres de Facebook de connaître le nombre d'ami de ses propres amis puisqu'il est mentionné dans le profil de chacun. Par ailleurs, Facebook permet de regrouper un nombre très important d'individus sur une même plateforme (Alain Garnier expliquait que la moitié des utilisateurs du web se sont inscrits sur Facebook). Selon Yuk Hui, pour sortir du paradigme de Facebook, il faudrait sortir du cycle des réseaux sociaux présentés depuis le XVIII<sup>ème</sup> siècle et qui a été amplifié par la technologie. En effet, ce cycle est à la base de la construction des réseaux sociaux actuels mais il est aussi à l'origine d'un imaginaire social. Le but est donc de créer une nouvelle épistémologie propre aux réseaux sociaux.

### La sociométrie de Moreno

Jacob Levy Moreno a développé la sociométrie, une méthode à la fois qualitative et quantitative, qui permet l'analyse des réseaux sociaux et de la psychologie sociale. Les sociogrammes qu'il élabore permettent à la fois de rendre visible les relations sociales, mais aussi d'agir sur ces relations, en modifiant certains paramètres. Yuk Hui présente un des travaux de Moreno réalisés dans une école de filles dans les années 1930 : pour régler le problème du bruit dans les dortoirs et à l'aide d'une cartographie de sociogramme, il a tenté de comprendre les relations entre les petites filles. Il pensait en effet que le bruit était le résultat de la répartition des filles dans le dortoir. C'est une méthode qui permet de mieux représenter les relations sociales d'un point de vue quantitatif mais aussi qualitatif.

### Conclusion de l'intervention : passer de l'individu au groupe

Chaque individu à ses propres pratiques. En fonction de ces pratiques, ces individus appartiennent à des groupes sociaux. Yuk Hui pense donc que l'individu fait d'abord partie d'un groupe avant d'avoir des pratiques individuelles. C'est la raison pour laquelle, les réseaux sociaux doivent être pensés en fonction du groupe et non de l'individu. Ainsi, ces réseaux sociaux peuvent refléter une image du groupe et non des représentations de chaque individu appartenant à ces groupes. Jacob Levy Moreno considère chaque individu comme un atome social. Il analyse le groupe comme un processus composé d'individus. Il faudrait donc substituer le groupe (utilisé dans les réseaux sociaux actuels) par l'atome social : un individu est autonome et unique et le groupe devient comme une création collaborative proposée par les individus. Une meilleure technologie et une nouvelle législation peuvent résoudre ce problème d'individualisation ainsi que le problème de vies privées sur les réseaux sociaux selon Yuk Hui. D'ailleurs, Yuk Hui pensent que les musées qui souhaitent avoir un réseau pur et relatif, n'attendent pas la création d'un réseau parfait mais qu'ils commencent à mettre en place des réseaux dont les relations sont plus horizontales.