

Fabien Granjon

Orange Labs

Sociology and Economics of Networks and Service

AMITIÉS 2.0. LE LIEN SOCIAL SUR LES SITES DE RÉSEAUX SOCIAUX

Dès les premières études sur les usages sociaux des dispositifs télématiques, l'un des chemins empruntés par la recherche fut celui de l'analyse de la signification sociale des pratiques, révélant notamment l'intérêt des utilisateurs pour de nouvelles manières de faire lien. Outils de mise en contact et de communication, les messageries xi inauguraient de nouvelles formes de sociabilité et de lien social plus affranchies des codes sociaux de la bienséance et davantage dégagées des relations comme des échanges sociaux ordinaires. Elles permettaient ainsi qu'émergent des modes inédits de production de soi qui ne prenaient toutefois leur sens que dans et par le social. Aujourd'hui, le succès des sites de réseaux sociaux (*social network sites*) a renouvelé l'intérêt des chercheurs en sciences sociales pour les problématiques traitant de l'identité, de la construction de soi, de la *privacy*, de la rencontre sexuelle et/ou amoureuse et, plus généralement, du lien social. Les cadres interactionnels de ces «nouveaux» dispositifs banalisent en effet la présence en ligne, tout en conduisant à des

modes d'engagement social à distance et de présentation de soi relativement inédits, dont on fait l'hypothèse qu'ils réorganisent pour partie le lien aux autres. Les évolutions conduisant des études d'usage de la télématique aux *Internet Studies* soulignent ainsi d'évidentes similitudes dans les résultats des enquêtes qui, à trente ans d'intervalle et des deux côtés de l'Atlantique, repèrent un même désir de reliance sociale chez les usagers.

Qu'ils soient spécialisés (*Tagworld*, *LinkedIn*, *MyChurch*, etc.) ou généralistes (*CyWorld*, *Friendster*, *Facebook*, etc.), les sites de réseaux sociaux proposent des formats d'exposition de soi variés qui se présentent sous forme de «Profils» colligeant des traits identitaires censément fixes (c'est-à-dire plutôt ce que l'on *est* ou *dit être*) et des caractéristiques plus erratiques relevant davantage de préférences culturelles, d'activités prisées ou de contenus produits (c'est-à-dire ce que l'on *fait*). Ces identités narratives sont autant de prises pour des «conversations» et créent des opportunités dialogiques conduisant à des ajuste-

Fabien Granjon

ments réflexifs fins de la distance à soi et aux autres. Nicolle Ellison, Charles Steinfeld et Cliff Lampe (2007) ont par exemple mis au jour le lien positif qui existe entre le volume d'« Amis » et les « Profils » les mieux renseignés en caractéristiques identitaires (plus on se dévoile, plus on a d'« Amis »), tandis que Hugo Liu, Pattie Maes et Glorianna Davenport (2006) ont, pour leur part, établi que les goûts constituaient des ressorts particulièrement actifs de la connectivité. La possibilité de constitution de cercles relationnels étendus dont les membres peuvent appartenir à des espaces sociaux éloignés des milieux de sociabilité ordinaires (famille, amis, collègues, etc.) a notamment conduit à ce que se développent des recherches portant sur la constitution de ces réseaux d'« Amis », leur morphologie sociale, leur structure topographique ou, plus rarement, sur les motivations et le sens social de ces engagements numériques de soi couplés à des mobilisations d'autrui. S'intéressant au rôle que joue l'informatique connectée dans la construction du social, la recherche anglo-saxonne a notamment privilégié des approches fondées sur le concept de *capital social*. Dans le cadre de ce court article, nous voudrions rendre compte des principaux résultats de ces études, mais aussi souligner certaines de leurs limites. Nous dégagerons également quelques pistes de travail qui nous permettront d'aborder la question du lien social sur les sites de réseaux sociaux depuis des perspectives plus critiques.

Internet, sites de réseaux sociaux et capital social

Les résultats de études s'intéressant aux usages d'Internet sous l'angle du capital social peuvent apparaître pour le moins contradictoires. Certains

de ceux-ci concluent au renforcement du lien social (*increase social ties*) et envisagent le réseau des réseaux comme une espèce de catalyseur relationnel rendant à la fois réalisable une prolifération des contacts (*far-flung connectivity*) et l'entretien de liens plus locaux, renforçant à la fois des liens forts et des liens faibles, permettant une diversification et une solidification des sociabilités. Sous l'effet d'Internet, la structure relationnelle des utilisateurs se recomposerait pour laisser davantage de place à la création et à l'entretien de contacts avec des individus géographiquement éloignés et des liens plus électifs fondés sur des intérêts communs. Les enquêtes de Keith Hampton et Barry Wellman (1999) portant sur *NetVille* montrent par exemple que les individus connectés ont, davantage que les non connectés, préservé des liens distants et construit des liens locaux, montrant ainsi que l'écart de capital social s'est fortement creusé entre ces deux populations. D'autres recherches vont cependant être amenées à effectuer le constat inverse (*decrease social ties*; Quan-Haase et Wellman, 2004), considérant que les contacts initialisés et entretenus *via* Internet tendraient à se substituer aux liens forts de proximité (famille, amis) et contribueraient notamment à affaiblir l'engagement civique local. D'un côté, les pratiques en ligne viendraient phagocyter le répertoire des usages communicationnels des internautes et, de l'autre, elles en appauvriraient la substance même. Elles permettraient certes la prolifération de liens faibles *online*, mais organiseraient aussi le délitement de liens forts *offline*, réduisant ainsi les opportunités de contacts plus traditionnels. Ces travaux, de nature quantitative pour l'essentiel, vont être cependant critiqués et remis en cause sur tout ou partie de leur méthodologie et/ou de leurs résultats. Dépassant ces perspectives par trop binaires, d'autres analyses vont montrer que l'utilisation d'Internet n'amoindrit ni ne renforce les liens sociaux et exposer que les effets sur les sociabilités se

différencient en fonction des divers types d'usagers et d'usages.

Le champ de recherche portant plus spécifiquement son attention sur les sites de réseaux sociaux et la production des « Amis » va emprunter assez largement à ces problématiques du capital social, reconduisant ainsi, à partir d'autres objets, des analyses largement empruntées des références fondées sur des « *paired-concepts* » du type *bonding/bridging*, *strong ties/weak ties*, *social enhancement/social compensation*, *social searching/social browsing*, etc. Sans grande surprise, ce sont des résultats partiellement similaires (contradictions comprises) à ceux sur lesquels avaient débouché les enquêtes menées sur les technologies précédant les dispositifs du Web 2.0 qui vont alors être (re)produits. Certains chercheurs vont ainsi souligner l'importance des sociabilités numériques pour la création et l'accroissement des liens faibles, opportunités qui permettraient aux utilisateurs de créer et de maintenir des réseaux de relations plus vastes et diffus, tandis que d'autres avancent, au contraire, que les sites de réseaux sociaux ont surtout une utilité pour travailler la profondeur des relations, davantage que pour initier de nouvelles connexions (Lampe *et al.*, 2006). D'autres signalent par exemple que les dévoilements de soi en ligne permettent que se créent des liens faibles avec un large répertoire de personnes que l'on ne fréquentait que peu ou pas avant de s'investir sur Internet (Stefanone et Jang, 2007). Ils affirment parallèlement que les blogueurs les plus extravertis sont aussi ceux qui maintiennent les réseaux de liens forts les plus étendus, tout comme Bonnie Nardi, Diane Schiano et Michelle Gumbrecht (2004) qui, pour leur part, soulignent que, sur les blogs, les forts niveaux d'exposition sont en lien avec la production de publics dûment ratifiés et la plupart du temps limités aux relations les plus proches. D'autres travaux vont montrer, notamment pour les catégories

de la population les plus jeunes, que les sites de réseaux sociaux sont abordés comme une autre manière de se connecter à ses amis et pairs, mais sans que cette relation soit considérée comme foncièrement différente, dans ses buts (découverte de l'autre et de soi, discussion, commérages, etc.), des modalités de prise de contact plus communes. Nicolle Ellison, Charles Steinfeld et Cliff Lampe (2007) considèrent ainsi que ce qui distingue les sites de réseaux sociaux des autres communautés du Web, tient surtout à la possibilité d'entretenir d'une nouvelle manière son capital social en maintenant notamment le contact avec les connexions les plus précieuses (par exemple des vieux amis) et ce, malgré les aléas de la vie et les éventuelles ruptures biographiques. Ce qui est donc diversement montré, selon les cas, c'est le décalque ou au contraire la reconfiguration, partielle ou radicale, des sociabilités ordinaires des utilisateurs.

Certaines recherches vont cependant tenter de s'émanciper de ces approches en termes de capital social pour s'intéresser davantage au sens social attaché à la constitution des répertoires d'« Amis » (*What Friendship means?*) ainsi qu'à l'aspect sociotechnique des logiques d'agrégation de « Profils ». Elles se rapprochent en cela des perspectives de recherches relevant de l'*appropriation sociale* des technologies de l'information et de la communication qui ont irrigué le courant de la sociologie française qui s'était attaché dans les années 1980 à l'étude des usages de la paléotélématique. Pour Danah Boyd, par exemple, le travail de maillage social en ligne est profondément dépendant de processus sociaux (*in fine* assez peu analysés s'agissant de ce qui se passe hors ligne), mais aussi des *programmes d'action* déposés dans le code du dispositif. Il est ainsi constaté que les différences de design des sites de réseaux sociaux sont à l'origine de « cultures du lien » singulières dont certaines invitent l'utilisateur à une frénésie relationnelle (*frantic friend procurement*)

Fabien Granjon

et conduisent parfois à une réification gestionnaire du lien social.

Si les formes que prend le réseautage numérique dépendent ainsi de ce que permet ou ne permet pas la technologie mobilisée, elles sont également la conséquence de logiques sociales et s'insèrent dans des rapports sociaux qui cadrent leur production. Danah Boyd et Nicolle Ellison (2007), insistent par ailleurs sur le fait que ce qui rend unique les usages des sites de réseaux sociaux ne tient pas à ce que ces derniers offrent la possibilité de se lier à des individus que l'on peut ne pas connaître, mais tient davantage au fait qu'ils rendent visibles les cercles relationnels de chacun et permettent leur articulation. Le caractère inédit du type de tramage qu'autorisent les sites de réseaux sociaux serait ainsi lié à la mobilisation et à l'actualisation rendues possibles de «liens latents» (*latent ties*, c'est-à-dire non activés socialement; Haythornthwaite, 2005). Sans les médiations du Web 2.0, ces liens resteraient aux environs des sociabilités de chacun des utilisateurs sans possibilité effective de mobilisation. Fournissant de nombreuses informations sur ses membres, établissant des liens entre ceux-ci et les rendant visibles à un large éventail d'individus, *Facebook* permettrait par exemple à ses utilisateurs d'identifier l'autrui qui pourrait leur être «utile» en différentes choses (loisirs, travail, amour, etc.) et inciterait ainsi à l'activation de liens inédits qui, agrégés, formeraient ce que Judith Donath (2007) nomme un «*supernet*». Ce constat est également celui de Christophe Aguiton et Dominique Cardon (2007), lesquels considèrent que la caractéristique principale des services du Web 2.0 s'avère la mise en visibilité des productions personnelles, publication qui permettrait de créer une articulation entre l'individualisme et la solidarité. L'attribut inédit distinguant ces «coopérations faibles» tiendrait au fait qu'elles seraient nettement moins indexées à la nécessité d'un plan d'action établi par avance et s'appuieraient donc davantage sur des logiques opportunistes.

***Social networking,* amitiés et reconnaissance**

S'agissant des usages sociaux des sites de réseaux sociaux, les recherches ont donc du mal à se départir des schèmes conceptuels accompagnant les problématiques du capital social et des asthénies qui leur sont liées. Dans leur ensemble, elles sont en effet plutôt occupées à souligner les opportunités (manquées) d'individuation, la créativité ou le repli social des utilisateurs dans leur recours au potentiel relationnel du dispositif, mais sans insister sur ce que peuvent révéler les usages des sites de réseaux sociaux quant aux incapacités des sujets à développer des formes de construction de soi dont les causes ne seraient pas liées seulement aux dispositifs dont ils font usage. Au surplus, ces approches ne s'intéressent pour l'essentiel qu'aux pratiques des jeunes générations encore scolarisées (de fait plus importantes qu'au sein des autres catégories de population), et ce, *via* la mise en œuvre d'appareils de preuve qui tendent également à écraser les phénomènes de différenciation sociale, tout en ne prenant que trop peu en considération l'écologie des activités de communication au sein desquelles s'insèrent les usages des sites de réseaux sociaux. Elles ont enfin tendance à ne considérer avec attention que ce qui est rendu visible sur le Web et n'accordent le plus souvent qu'un moindre intérêt aux appartenances sociales, aux dispositions et aux sens pratiques des utilisateurs qui cadrent pourtant leurs activités en ligne. David Beer (2008) reproche ainsi à Danah Boyd et Nicolle Ellison de sous-estimer le poids de la médiation sociale et de séparer par trop artificiellement les activités en ligne de la vie «réelle». Pourtant, il convient de rappeler que les «amitiés 2.0» ne correspondent pas aux canons de l'amitié telle que celle-ci est généralement définie par les sciences sociales (et d'ailleurs aussi telle qu'elle apparaît dans les représentations et

les référents culturels des sujets sociaux) et que cette collision sémantique peut avoir quelques répercussions négatives sur les utilisateurs de sites de réseaux sociaux (*a fake sense of intimacy*; Boyd, 2008). En ce domaine, un constat s'impose donc : les approches critiques sont peu courantes. Sans doute serait-il utile de parvenir à poser un cadre évaluatif des usages permettant aussi d'identifier les penchants problématiques de la culture numérique, sans que ceux-ci ne soient rabattus sur un prétendu affaiblissement du capital social. Il s'agirait, en l'occurrence, de considérer les différents modes de socialisation (en ligne et hors ligne) des sujets, sans avoir à faire l'impasse sur les limitations sociales qu'ils rencontrent, en restant attentif aux formes d'imposition exercées par les scripts des sites de réseaux sociaux sur leurs manières de faire lien. Cette exigence permettrait de comprendre les usages des nouveaux médias sociaux à l'aune d'une problématique socio-technique de la formation des sujets et de dégager le processus de constitution de soi par autrui en lien avec l'usage des dispositifs technologiques les plus récents.

Entre autres possibilités, la *théorie de la reconnaissance* (Honneth, 2000) peut à cet égard nous être profitable. Cette dernière prête une attention particulière aux relations impliquant des liens sociaux au travers desquels les sujets développent des expériences de sollicitude, d'attachement mutuels, d'obligations normatives et de relations pratiques à soi et aux autres. Ces dynamiques intersubjectives sont autant de formes de lien social à partir desquelles un individu peut s'éprouver en tant que sujet autonome développant confiance, respect et estime de soi. Par ailleurs, si les faits relationnels sont potentiellement des faits positifs de reconnaissance, ils peuvent aussi être porteurs de formes de mépris. Les liens sociaux sont en effet des lieux possibles d'expériences déstabilisantes pour le sujet et de fragilisation de la relation pratique à soi-même. En considérant la reconnaissance comme la

confirmation par autrui de l'idée qu'un individu se fait de sa propre valeur, et le déni de reconnaissance comme sa négation, on s'autorise à évaluer les conditions variées de mise en œuvre du lien social dont l'étude fine fait fâcheusement défaut aux recherches que nous avons évoquées jusqu'alors. La perspective intersubjective permet au surplus une approche intégrative mêlant la problématique du lien social à celle de la construction identitaire du sujet. Elle permet d'envisager ce métissage autrement qu'au travers des approches en termes de bien-être social (*well-being*, *self-esteem*, etc.) qui accompagnent les théorisations psychosociologiques de l'engagement en ligne ou celles du capital social et dont les preuves empiriques se construisent à grand renfort d'indicateurs et de mesures statistiques montrant ou non des relations positives entre l'utilisation des sites de réseaux sociaux et diverses variables censées évaluer l'état moral des sujets sociaux qui en font usage (*life satisfaction*, *social trust*, *civic engagement*, etc.).

Des initiatives ont déjà été engagées en ce sens. La question des interactions médiatisées vidéoludiques ou celle des manifestations impudiques de soi sur *Facebook* (Granjon et Denouël, 2010) font par exemple une place décisive à l'étude des modalités de socialisation en ligne conçues comme relevant de relations de reconnaissance, de mépris, voire de pathologies sociales (Granjon, à paraître). Ces recherches montrent notamment combien les formes de l'échange social médiatisé peuvent participer d'expériences morales négatives ou, au contraire, au rehaussement de l'estime de soi, à la confirmation ou l'infirmité de qualités personnelles, à la formation des identités sociales et subjectives de soi ou encore à l'assise de troubles allant à l'encontre d'un idéal pratique de réalisation de soi. Si les phénomènes de reconnaissance et de mépris dépendent de dynamiques intersubjectives, c'est-à-dire de la possibilité ou de l'impossibilité de se voir confirmer sa valeur par autrui, ces manifestations idiosyncrasiques peuvent aussi s'éprouver *via* l'usage

Fabien Granjon

de dispositifs qui, d'une part, sont chargés d'histoire et de culture et, d'autre part, constituent des objets de communication qui supportent une intersubjectivité pratique. La mise à l'épreuve de l'image normative que chacun a de soi-même concernant notamment l'estime de soi (c'est-à-dire l'estimation de la valeur de chacun) peut passer par une confrontation avec des dispositifs

techniques dont les programmes d'action, les contenus et les individus qu'ils médiatisent sont socialement ancrés. Il faut d'ailleurs souligner que les pratiques sanctionnées par la félicité ou l'échec, un gain d'autonomie ou au contraire sa restriction, ne tiennent jamais aux dispositifs techniques eux-mêmes, mais bien aux rapports et aux sens pratiques qui en cadrent la saisie et les usages.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

AGUITON, C. et CARDON, D., «The Strength of Weak Cooperation: an Attempt to Understand the Meaning of Web 2.0», *Communication & Strategies*, n° 65, 1^{er} trim. 2007, p. 51-65.

BEER, D., «Social Network(ing) Sites Revisiting the Story so Far: A Response to Danah Boyd et Nicolle Ellison», *Journal of Computer-Mediated Communication*, n° 13, 2008, p. 516-529.

BOYD, D., «Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence», *Convergence*, vol. 14, n° 13, 2008, p. 13-20.

BOYD, D. et ELLISON, N., «Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n° 1, 2007. En ligne sur <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>, consulté le 02/09/2010.

DONATH, J., «Signals in Social Supernet», *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n° 1, 2007. En ligne sur <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/donath.html>>, consulté le 04/09/2010.

ELLISON, N., STEINFELD, C. et LAMPE, C., «The Benefits of Facebook "friends": Social capital and College Students' Use of Online Social Network Sites», *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 12, n° 4, 2007. En ligne sur <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>>, Consulté le 02/09/2010.

GRANJON, F., «De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique: exposition de soi et auto-réification sur les sites de réseaux sociaux», *Réseaux* [à paraître].

GRANJON, F. et DENOUEL, J., «Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux», *Sociologie*, vol. 1, n° 1, 2010, p. 25-43.

HAMPTON, K. N. et WELLMAN, B., «Netville Online and Offline», *American Behavioral Scientist*, vol. 43, n° 3, 1999, p. 478-495.

HAYTHORNTHWAITE, C., «Social Networks and Internet Connectivity Effects», *Information, Communication & Society*, vol. 8, n° 2, 2005, p. 125-147.

HONNETH, A., *La Lutte pour la reconnaissance*, Paris, Cerf, 2000.

LAMPE, C., ELLISON, N. et STEINFELD, C., «A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs Social Browsing», intervention à la conférence *Computer supported cooperative work*, Banff, nov. 2006. En ligne sur <https://www.msu.edu/~nellison/lampe_et_al_2006.pdf>, consulté le 02/09/2010.

LIU, H., MAES, P. et DAVENPORT, G., «Unravelling the Taste Fabric of Social Networks», *International Journal on Semantic Web and Information Systems*, vol. 2, n° 1, 2006, p. 42-71.

NARDI, B., SCHIANO, D. et GUMBRECHT, M., «Blogging as Social Activity, or, Would you Let 900 million People Read your Diary?», intervention à la conférence *Computer supported cooperative work*, Chicago, 2004.

QUAN HAASE, A. et WELLMAN, B., «How Does the Internet Affect Social Capital» in HUYSMAN, M. et WULF, V. (dir.), *Social Capital and Information Technology*, Boston, MIT Press, 2004, p. 113-130.

STEFANONE, M. A. et JANG, C.-Y., «Writing for Friends and Family: The Interpersonal Nature of Blogs», *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n° 1, 2007. En ligne sur <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/stefanone.html>>, consulté le 02/09/2010.

et les affordances spécifiques des réseaux socionumériques ont tous une influence sur l'élaboration des pratiques en ligne des enfants en matière de vie privée, d'identité et de connexions sociales.

Mots-clés: réseaux socionumériques, enfants et jeunes, vie privée, identité, risque, connexions sociales.

Social networking among European children: New findings on privacy, identity and connection

Social networking is arguably the fastest growing online activity among youth people. This article presents new pan-European findings from the EU Kids Online project on how children and young people navigate the peer-to-peer networking possibilities afforded by social networking sites, based on a survey of around 25,000 children (1000 children in each of 25 countries). In all, 59 % of European 9-16 year olds who use the internet have their own social networking profile. Despite popular anxieties of lives lived indiscriminately in public, half have fewer than fifty contacts, most contacts are people already known to the child in person, and over two thirds have their profiles either private or partially private. The focus of the analysis, then, is to understand when and why some children seek wider circles of online contacts, and why some favour self-disclosure rather than privacy. Demographic differences among children, cultural factors across countries, and the specific affordances of social networking sites are all shown to make a difference in shaping the particularities of children's online practices of privacy, identity and connection.

Keywords: social networking sites, children and youth, privacy, identity, risk, connection.

Fabien GRANJON, Amitiés 2.0. Le lien social sur les sites de réseaux sociaux

Dès les premières études sur les usages sociaux des dispositifs télématiques, l'un des chemins empruntés par la recherche fut celui de l'analyse des nouvelles modalités de lien social. Aujourd'hui, le succès des sites de réseaux sociaux relance cet intérêt. La possibilité de constitution de cercles relationnels étendus dont les membres peuvent potentiellement appartenir à des espaces sociaux éloignés des milieux de sociabilité ordinaires a notamment conduit à ce que se développent des recherches portant sur la constitution de ces réseaux d'« Amis », leur morphologie sociale, leur structure topographique ou, plus rarement, sur les motivations et le sens social de ces engagements numériques de soi couplés à des mobilisations d'autrui. S'intéressant au rôle que joue l'informatique connectée dans la construction du lien social, la recherche anglo-saxonne a notamment privilégié des approches s'inspirant des théories du *capital social*. Cet article rend compte des principaux résultats de ces études et souligne certaines de leurs limites. Quelques pistes de travail qui permettant d'aborder la question du lien social sur les sites de réseaux sociaux depuis des perspectives plus critiques sont également envisagées.

Mots-clés: amitié, capital social, lien social, reconnaissance, sites de réseaux sociaux, Web 2.0

Friendship 2.0. Social ties on social networking sites.

From the very first studies on social uses of computer communication systems, researchers were already analysing the new kinds of social ties that were emerging. Today, the success of social networking sites has brought renewed interest in this topic. Possibilities for creating wide-ranging relational networks whose members may move in circles that are very far removed from ordinary social life have given rise in particular to studies on how these networks of “friends” come into being, on their social morphology, their topographical structure and, more rarely, on the motivations and social significance of online engagement, which goes hand in hand with other people’s motivations. Looking into the role of online communication in the creation of social ties, research in the UK and USA has focused in particular on approaches based on theories of social capital. This article describes the main results of these studies and shows some of their limitations. We also consider several avenues for further research, from a more critical perspective, on the question of social ties on social networking sites.

Keywords: Friendship, social capital, social tie, recognition, social networking sites, Web 2.0

Serge PROULX et Mary Jane KWOK CHOON, *L’usage des réseaux socionumériques: une intériorisation douce et progressive du contrôle social*

Nous formulons et illustrons l’hypothèse que les sites de réseaux socionumériques constituent un mécanisme emblématique de la «société de contrôle» prophétisée par Gilles Deleuze. Au centre de ce dispositif, se retrouve en effet un double mouvement contradictoire: d’une part, le processus de captation capitaliste des informations déposées par les usagers contributeurs – nous pourrions décrire ce premier mouvement comme étant celui d’une surveillance institutionnelle se réalisant par le contrôle centralisé de l’information; d’autre part, et de manière surprenante, l’on constate un consentement – voire même parfois, un désir – exprimée par de nombreux usagers d’exposer publiquement des informations et des images concernant leur vie personnelle, et cela malgré les risques (éthiques et professionnels) qui se rattachent à de telles opérations de dévoilement. Ce second mouvement apparaît être le mécanisme central du processus d’intériorisation douce du contrôle social par des usagers pratiquant une forme de «servitude volontaire» rattachée aux besoins du capitalisme informationnel, c’est-à-dire un système dont la production de la valeur économique est fondée sur l’agrégation en bases de données gigantesques et monétisables, des informations (souvent minimes à l’échelle individuelle) déposées sur les sites selon une logique du grand nombre (*crowdsourcing*).

Social networking sites uses as a gradual and painless internalisation of social control

The hypothesis we put forward and illustrate in this article is that social networking sites have become a mechanism which is emblematic of the “society of control” prophesied by Gilles Deleuze. At its hub are two conflicting movements: one

Alain Degenne est sociologue. Aujourd'hui retraité, il était directeur de recherche au CNRS. Ses travaux ont porté principalement sur les réseaux sociaux, le marché du travail et la sociologie de l'action intentionnelle. Courriel: <adegenne@wanadoo.fr>.

Olivier Desbief occupe un poste de marketeur stratégique (ou *Innovation Intelligence*) au sein la Direction de l'Innovation et du Développement des Services du groupe La Poste. Il a pour mission principale une activité de veille sur les nouvelles technologies et leurs impacts sur les différentes activités du groupe. Il contribue notamment à des projets d'innovation sur l'identité numérique. Courriel: <olivier.desbief@laposte.net>.

Véronique Donzeau-Gouge est professeur des universités, déléguée scientifique à l'Institut des sciences de l'ingénierie et des systèmes (INSIS), en chargé de l'interdisciplinarité et de l'international, chercheur associé à l'Institut des sciences de la communication du CNRS (ISCC). Elle y coordonne le groupe de recherche sur l'homme augmenté. Courriel: <veronique.donzeau-gouge@cnrs-dir.fr>.

Mélanie Dulong de Rosnay est chargée de recherche à l'Institut des sciences de la communication du CNRS (ISCC) et responsable juridique de *Creative Commons* France au CERSA. Ses recherches portent sur la gouvernance des biens communs et du domaine public numérique. Courriel: <melanieddr@gmail.com>.

Nicolle Ellison est professeur au département *Telecommunication, Information Studies, and Media* de la *Michigan State University*. Ses travaux portent sur les questions de représentation de soi, de développement des relations et d'identités en ligne. Plus récemment, elle s'est intéressée aux problématiques de capital social dans l'usage de Facebook, à la présentation de soi trompeuse sur les sites de rencontre, et à l'usage de réseaux sociaux numériques dans des cadres éducatifs. Courriel: <nellison@msu.edu>.

Olivier Fecherolle est directeur général de *Viadeo France* et responsable des opérations Europe. Courriel: <ofecherolle@viadeoteam.com>.

Yves Gingras est professeur au département d'histoire de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et titulaire de la chaire de recherche du Canada en histoire et sociologie des sciences. Ses recherches portent sur la mathématisation des sciences ainsi que sur l'évaluation de la recherche et la transformation des universités. Il est également directeur scientifique de l'Observatoire des sciences et des technologies (OST). Son ouvrage le plus récent est *Propos sur les sciences* (Raisons d'agir, 2010). Courriel: <gingras.yves@uqam.ca>.

Fabien Granjon est sociologue au sein du laboratoire SENSE (Orange Labs) et chercheur associé au CEMTI (Université de Paris 8). Ses travaux portent notamment sur l'action collective, la production d'information et les formes de présentation de soi en lien avec les usages sociaux des TIC. Il est par ailleurs chargé de cours à l'Institut français de Presse (Université Paris 2). Courriel: <fabien.granjon@wanadoo.fr>.

François Heinderyckx est professeur à l'Université Libre de Bruxelles, où il dirige le département des sciences de l'information et de la communication. Il enseigne la communication politique et la sociologie des médias. Il est président de l'*European Communication Research and Education Association* (ECREA).
Courriel: <francois.heinderyckx@ulb.ac.be>.

Geneviève Jacquinet-Delaunay est professeur émérite de l'Université Paris 8 où elle a mené une carrière de chercheur et de formateur dans le domaine des relations entre éducation et médias. Elle est également chercheur associé au laboratoire Communication et politique de l'Institut des sciences de la communication du CNRS (ISCC). Elle a écrit de nombreux ouvrages et articles, souvent traduits dans des langues étrangères. Elle est par ailleurs rédactrice en chef de la revue *MédiaMorphoses* (éditée par l'INA et Armand Colin) qui fait connaître à un public de professionnels et chercheurs les travaux les plus récents sur l'évolution des médias. Courriel: <gjacq@noos.fr>.

Alain Kiyindou, président de la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC), est professeur à l'Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, au sein de l'équipe de recherche Médiation, information, communication et art. Courriel: <alain.kiyindou@u-bordeaux3.fr>.

Mary Jane Kwok Choon est doctorante en communication à l'Université du Québec à Montréal et membre du Laboratoire de Communication médiatisée par ordinateur et du Centre interuniversitaire de recherche sur la science et la technologie. Originnaire de l'île Maurice, elle s'intéresse à la transformation du rapport qu'entretient l'individu à l'intimité et à la surveillance dans le contexte paradoxal de *Facebook*. Courriel: <mjk1@live.fr>.

Anne-Marie Laulan, professeur honoraire à l'Université de Bordeaux 3, est spécialiste de sociologie de la communication. Ses thèmes de recherche et ses publications portent sur l'articulation entre les attentes sociétales et l'offre technologique d'outils, dans un processus incessant d'appropriation, résistance et acceptation. Elle récuse fortement, sur le long terme, le déterminisme technologique et la domination de l'idéologie économiste. Elle est cofondatrice de la Société française des sciences de l'information (SFSIC), a siégé longtemps à la Commission française pour l'Unesco et contribué au Programme international MOST (sciences sociales). Parmi ses travaux récents, notons l'ouvrage (codirigé avec J.-P. Lafrance et C. Rico de Sotelo) *Place et rôle de la communication dans le développement international* (PUQ, 2006), la conférence inaugurale du colloque de Mexico de 2009, *Société du savoir ou société de la connaissance* (en ligne) ou encore son intervention lors du colloque international *Diversité culturelle et francophonie* (Beijing, 17 mars 2010). Dans la revue *Hermès*, elle a notamment participé à la coordination des volumes 40 «Francophonie et mondialisation», 45 «Fractures dans la société de la connaissance» et 48 «Racines oubliées des sciences de la communication». Courriel: <amlaulan@orange.fr>.

Valérie-Inés de La Ville est professeur de sciences de gestion à l'Institut d'Administration des Entreprises (IAE) de l'Université de Poitiers. Ses recherches s'effectuent au Centre Européen des Produits de l'Enfant, unité de documentation, d'enseignement et de recherche sur les univers de consommation de la jeunesse, qu'elle a créée au sein de l'Université de Poitiers <<http://cepe.univ-poitiers.fr/>>. Elle coordonne la thématique «Stratégies de