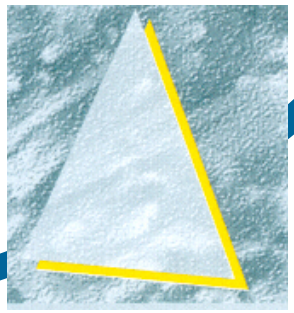
NOTES ÉDUCATION PERMANENTE
N° 2009-04 - AVRIL 2009

ASSOCIATION POUR UNE
FONDATION TRAVAIL-UNIVERSITÉ
CHAUSSÉE DE HAECHT, 579 – B-1031 BRUXELLES
RUE DE L'ARSENAL, 5 – B-5000 NAMUR
ÉDITEUR RESPONSABLE : PIERRE GEORIS

HTTP ://WWW.FTU.BE/EP



# LES RÉSEAUX DE SOCIALISATION DU WEB 2.0

## *Une mise en scène numérique de soi ?*

L'appellation "web 2.0" désigne un ensemble de nouveaux usages du web, qui ont pour trait commun la production de contenu par les utilisateurs. On y range les réseaux de socialisation, comme Facebook ou MySpace, les blogs, les sites de partage de musique et d'images, les outils collaboratifs de production de contenus, comme les wikis, les mondes virtuels, comme Second Life, les plateformes comme Google. Le web 2.0 n'est pas une révolution technique. C'est avant tout une transformation progressive des usages du web, qui reposaient depuis près de quinze ans sur un modèle de diffusion, structuré par les fournisseurs de services et de contenus.

Ce sont les blogs individuels qui ont popularisé, dès 2004, l'expression web 2.0. La possibilité de publier soi-même des carnets personnels sur internet et d'y interagir avec les visiteurs a ouvert la voie à une nouvelle vague d'usages du web, où les internautes ont pris la parole. Peu de temps après, les réseaux de socialisation (social software) ont permis de faire un pas de plus dans l'établissement de liens personnels à travers internet et dans le partage d'informations et d'images avec des groupes d'amis, voire avec des inconnus. Les "contenus générés par les utilisateurs" (UGC, user generated contents) se sont rapidement étendus à la photo et à la vidéo. Aucune innovation technologique majeure n'a provoqué ni soutenu cette expansion; la plupart des logiciels du web 2.0 sont des versions améliorées de logiciels existants, déjà expérimentés à plus petite échelle. L'innovation réside dans les usages du web; elle se repère à travers les adjectifs qui qualifient le web 2.0: web participatif, contributif, interactif, coopératif, communautaire.

### A

### LA MANIFESTATION D'UNE DYNAMIQUE EXPRESSIVE

Facebook, MySpace, YouTube, Netlog, LinkedIn... On ne compte plus le nombre de social network sites qui ont envahi le web ces derniers temps. Depuis peu de temps, des millions d'internautes ont en effet cédé à la frénésie de s'exposer sur une page personnelle pour y poster photos, films vidéo, CV et activités de toute sorte, pour regarder celles des autres et se créer un réseau d'amis partageant leurs goûts et leurs envies du moment.

Avec ce nouvel "internet social", plus rien ne semble désormais intime puisque tout s'expose au vu et au su de tous. Les internautes se rendent, certes, identifiables par les caractéristiques habituelles de l'identité, comme la photo, le sexe, l'âge et la profession, mais aussi et surtout par une série d'indices moins stables, comme les images qu'ils aiment, leurs vidéos personnelles, leurs délires de la veille ou encore leurs humeurs et autres états du moment. N'importe quelle information – aussi futile qu'elle soit – devient un véritable

instrument de reconnaissance et de socialisation, au premier rang desquelles se situe l'ampleur du réseau relationnel. On existe, en effet, d'autant plus sur le web que l'on affiche un nombre impressionnant d' "amis" en ligne.

Cette nouvelle génération de sites, appelée par certains "toile vivante", participe d'une dynamique expressive, caractéristique des sociétés contemporaines. "Vous", "moi", "nous" internautes, pouvons désormais afficher notre singularité et prendre le pouvoir sur le web, en passant du statut de simple récepteur à celui d'émetteur-récepteur. Le schéma dominant des théories de la communication (source – message – récepteur) s'en trouve d'ailleurs brouillé.

Cette nouvelle dynamique bouscule les frontières entre l'identité privée et publique. Sur les plateformes relationnelles, les internautes s'exposent parfois de manière complètement désinhibée, mettant en péril leur intimité. Alors qu'il existe de nombreux dispositifs pour limiter l'accès à son profil au seul réseau d'amis proches, il est frappant d'apprendre que 61% des utilisateurs de Facebook rendent leur page personnelle visible à tous. Sur Flickr, pour prendre un autre exemple, 69% des photos publiées sont rendues publiques par leur auteur. Le succès des blogs et autres médias sociaux a souvent été perçu comme l'expression d'une certaine tendance narcissique ou exhibitionniste. Faut-il pour autant conclure à la confusion incontrôlée entre le privé et le public ? Que montre-t-on finalement de soi aux autres dans ce monde virtuel ? Comment ces apparences numériques sont-elles rendues visibles ?

Dans l'univers numérique, l'expression "rendre public" prend un sens différent par rapport au monde des médias traditionnels. Dans celui-ci, le fait même de publier donne une visibilité directe et uniforme. Dans l'univers du web 2.0, cette visibilité est plus contrôlée, notamment parce que les internautes disposent d'outils pour définir le périmètre de visibilité de ce qu'ils montrent d'eux-mêmes : filtres, sélection de facettes, stratégies d'anonymisation, etc.

Cette plasticité du web conduit à s'interroger sur ces mises en scène numériques de soi.

## B

## EXTÉRIORISER SON IDENTITÉ

Une première forme de relation entre l'identité de la personne réelle, en chair et en os, et son identité virtuelle est celle d'une domination du "moi virtuel" sur le "moi réel". Cette dynamique consiste à présenter une identité libérée des contraintes des normes habituelles de la vie sociale. L'anonymat numérique facilite en effet le dévoilement intime et donne parfois aux internautes le sentiment que c'est leur personnalité profonde qu'ils livrent à des inconnus. Dans le cadre d'un espace où les règles qui régissent la vie réelle sont provisoirement suspendues, l'occasion leur est donnée d'exposer une identité plus authentique et d'exprimer leurs tendances censurées. C'est le cas classique d'une personne timide qui, dans un jeu en ligne, prend l'identité d'un grand séducteur ou dévoile ses préférences sexuelles inavouées publiquement. Sur les sites de socialisation comme Facebook, il est fréquent de voir des internautes créer des profils dans lesquels ils projettent des penchants inavoués de leur personnalité. Tout se passe comme si ces pans de leur identité pouvaient prendre leur envol parce que le caractère fictif du web autorise à lever certaines barrières. Toutefois, il serait naïf de croire que ces expériences et identités présentent toujours un caractère réaliste. Il ne faut pas sous-estimer une hypothèse plus simple : dans beaucoup de cas, les personnes ont simplement envie de ne pas être tout à fait elles-mêmes sur le web.

## C

## THÉÂTRALISER SON IDENTITÉ

À l'autre extrême, une seconde forme de fabrication identitaire, facilitée par les sites de socialisation et les mondes virtuels, consiste à prendre des rôles qui n'ont que peu ou prou à voir avec les traits identitaires réels. Les internautes peuvent ainsi modeler, à loisir, leur

identité pour créer des personnages qui n'ont parfois que des liens incertains avec ce qu'ils sont dans la vraie vie. C'est le cas notamment de personnes qui sculptent une image d'eux-mêmes en personnage gothique, en amateur de cuir, en collectionneur de bisounours, en idole de la star-academy ou fétichiste d'autres choses les plus délirantes, ceci afin de tester les réactions ou simplement faire de l'autodérision. Ce travestissement ou figuration de soi permet ainsi aux personnes de prendre des rôles qui échappent au contrôle social éprouvé dans leur quotidien.

## D

### RATIONALISER SON IDENTITÉ

Du simple grossissement d'un trait de la personnalité au travestissement pur et simple, l'endossement d'un rôle sur le web est bien entendu limité. De nombreux internautes se bornent à utiliser cet espace comme tout autre espace public classique. Il n'en reste pas moins que la plasticité de l'univers du web 2.0 donne à cette capacité à « faire comme si » la possibilité de s'étendre et de se diversifier. L'identité numérique est une sorte de coproduction où se rencontrent les possibilités innovantes des interfaces et les calculs que font les utilisateurs pour produire la meilleure image d'eux-mêmes. Ceux-ci ont ainsi l'opportunité d'user de multiples stratégies pour créer de la distance entre leur personnalité réelle et leur identité numérique. C'est sans aucun doute cette capacité à ajuster cette distance au réel qui caractérise le mieux les stratégies de mise en scène numérique de soi sur ces sites de socialisation.

De manière générale, les nouveaux usages des plateformes relationnelles du web 2.0 suscitent donc des questions de fond sur le format de présentation de soi dans cet espace virtuel, ainsi que sur le sens et la profondeur des relations qu'on y noue. Face à cette rationalisation ou théâtralisation identitaire, les interlocuteurs ne peuvent, en effet, jamais être certains de l'identité de la personne qui est de l'autre côté de l'écran. Dans quelle mesure les internautes sont-ils réellement ce qu'ils prétendent être ? Y a-t-il une personne réelle derrière le personnage virtuel ? Voilà autant de questions qui invitent à user modérément – et en toute conscience des enjeux – de ces nouveaux moyens de communication.

Périne BROTCORNE
*d'après un article paru dans La Lettre EMERIT n° 57, mars 2009*

- Cardon D., *Le design de la visibilité – un essai de cartographie du web 2.0*, dans *Réseaux* 2008/6, n° 152, pp. 93-137.
- Instituut Samenleving en Technologie, *Web 2.0, de nieuwe sociale ruimte ?*, VIWTA dossier n° 11, 2007 (www.viwta.be).
- Média Animation, *Internet, c'est vous – Les nouvelles pratiques de l'internet social*, série "Les dossiers de l'éducation aux médias", 2008 (www.media-animation.be).
- Sciences humaines, *Vers un monde 2.0 ?*, dans le n° spécial 200 "Pensées pour demain", janvier 2009 (www.scienceshumaines.com).
- Zizek S., *Mais qui peut bien être mon moi numérique ?*, dans le *Courrier international*, hors série "Révolution 2.0", décembre 2007.

AVEC LE SOUTIEN DU MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE, SERVICE DE L'ÉDUCATION PERMANENTE