

Facebook : prendre un peu de recul et de hauteur

Je me permet de reproduire , les 3 articles d'Hubert GUILLAUD parus sur [internet Actu.net](http://internet.actu.net) car il me semble intéressant d'amplifier la diffusion d'écrits abordables de cette qualité qui sont , à mon sens, facilitateur d'une nécessaire prise de de recul et de hauteur sur le sujet.

- [Comprendre Facebook : Le rôle social du bavardage](#)
- [Comprendre Facebook : Facebook, technologie relationnelle](#)
- [Comprendre Facebook \(3/3\) : L'internet des API, le web des applications](#)

Comprendre Facebook : Le rôle social du bavardage (1/3)

Par Hubert GUILLAUD - Licence CC by-nc

On le sait depuis longtemps. [Accéder à un service, ne signifie par pour autant savoir l'utiliser, le comprendre, ni même le maîtriser suffisamment pour être capable d'innover, de créer avec.](#) Les outils numériques sont familiers de ces cloisonnements. On peut-être né avec le numérique et ne pas en maîtriser les usages, on peut utiliser Facebook au quotidien sans comprendre l'étendue de son action. D'ailleurs, la plupart du temps, on n'en a pas besoin.

Pas seulement, les dangers de son utilisation comme aiment à nous le répéter les grands médias de manière souvent simpliste ou certains experts avec plus de finesse (je vous renvoie au livre de notre collègue Jean-Marc Manach [La vie privée un problème de vieux cons](#) pour mieux comprendre la problématique de la vie privée à l'heure des réseaux sociaux, qui ne sera pas le sujet de cette série), mais plus encore le potentiel créatif que l'outil libère, son fonctionnement intrinsèque.

Comprendre les médias sociaux et leur fonctionnement social et psychologique comme technique, tel est l'enjeu de ce dossier.

Apparemment, Facebook est un babillage chronophage et décérébrant

Il y a quelques mois, dans [le Monde magazine \(sur abonnement\)](#), [Frédéric Filloux](#), pourtant grand observateur d'internet, dressait le portrait de Facebook, avec le dédain habituel avec lequel on considère toutes les innovations en provenance du web. Ce qu'on échange sur Facebook (mais également sur Twitter ou la plupart des médias sociaux) se résume à un "babillage" chronophage et décérébrant, estime le journaliste et consultant. Une des pires expressions de l'infobésité contemporaine.

POURQUOI JE N'AIME PAS facebook

I Parce que ça me fait de la peine de me rendre compte que la moitié de mes amis sont des abrutis qui bassinent tout le monde avec des banalités d'une vacuité insupportable.

-  **Sandrine Drew** a mangé du boudin et des patates
👍 24 🗨️ 32
-  **Bastien Leval** est fatigué
👍 12 🗨️ 7
-  **Eve Salin** tiens, on est lundi!
👍 76 🗨️ 13

II Parce que ça me fait chier de me rendre compte que la deuxième moitié de mes amis dégouline de vanité et d'autosatisfaction.

-  **Marc Page** est encore à l'honneur dans le journal

Marc Page, un auteur tiptop!
<http://logozette.deptougastetdouglas.fr>
👍 42 🗨️ 13
-  **Nathalie B** est pour la 5ème fois consécutive meilleure employée du mois!
👍 12 🗨️ 8
-  **Patrice Plot** fait les meilleurs mozitas du monde
👍 12 🗨️ 10

III Parce que je déteste tomber sur des photos de super soirées chez des amis quand je n'étais pas invité.



Super! Tout le monde était là!

IV Parce qu'il y a toujours un connard qui vient me taquer sur des photos pourries.



sur cette photo: Erwan Obion

V Parce que je n'ai jamais réussi à poser une limite franche entre professionnel et privé sur ce putain de réseau à la con!



sur cette photo: Erwan Obion

👍 Guy Delcourt et 2 autres éditeurs aiment ça.

 **Librairie BDBulles** n'oubliez pas la dédicace de demain après-midi!

 **coqip** Nous attendons toujours notre logo.....

Image : 5 des [10 raisons pour lesquelles le dessinateur Obion n'aime pas Facebook](#).

Soit. On peut le voir ainsi. C'est pourtant ne pas voir grand-chose du fonctionnement de Facebook. C'est n'en voir que le mur, que ce fil d'actualité qui disparaît à mesure qu'il s'affiche. C'est n'en voir que ces échanges subjectifs et incomplets, ce bavardage, cette conversation permanente pour ne rien dire, et oublier qu'ils sont depuis toujours le ciment des relations sociales. Certes, l'usage des sites sociaux peut-être chronophage ([mais pas pour tout le monde et pas pour tous de la même manière](#)). Quant à l'action décérébrante d'internet qu'agitent comme une menace quelques Cassandres, tel Nicholas Carr, on sait que ce n'est pas si simple : notre capacité à être attentif, [n'est pas nécessairement un idéal](#). Si nous n'étions qu'attentifs, en fait, nous ne pourrions pas l'être : [c'est notre inattention qui nous permet de construire notre attention](#).

Mais surtout ce bavardage et ces échanges ne sont pas aussi vains qu'ils y paraissent, pour autant qu'on veuille bien observer le rôle social et psychologique du bavardage.

La fonction phatique de l'internet

“Que l'internet permette de publier un message qui ne dit rien d'intéressant, c'est ça qui est intéressant”, nous explique le psychologue Yann Leroux. “De plus en plus, la technologie prend en charge ce que Roman Jakobson appelait la fonction phatique du langage”. Et dans ce cadre, nos échanges sur l'internet sont bien l'exact reflet de nos échanges réels. L'essentiel de nos échanges ne vise pas à l'efficacité, loin de là. Et ce d'autant plus que les espaces d'écritures du web sont limités comme c'est le cas sur Facebook ou Twitter (“à la différence des blogs où l'on trouve plus souvent une narration de qualité”). “Le dispositif joue une part importante en fonction de ce qu'il impose : ainsi, on ne dit plus qu'on est à tel endroit, mais on se géolocalise sur Foursquare”, estime le psychologue. Une part de la [fonction phatique](#) de nos échanges est prise en charge par nos machines et via les machines. Nos outils socio-techniques démultiplient à l'envie les messages pour s'assurer de leur fonctionnement ou de leur bonne réception...

“Internet est un espace intermédiaire entre moi et les autres, un espace de porosité entre nos mondes internes et nos phases sociales. Quand je dis quelque chose de très banal pour les autres, ça peut-être important pour moi.” Bien sûr cela peut-être utilisé de façon transformative (ça peut-être utilisé pour se transformer, pour agir sur soi) ou pour favoriser des enfermements (on dépose des choses intimes dans un espace pour ne pas y repenser), précise le psychologue. Mais tous nos échanges ne sont pas informatifs. Jouer, plaisanter, rire de soi ou des autres, parler pour ne rien dire... sont aussi des formes d'échange social importantes. Et ce sont bien celles-ci que beaucoup dénoncent sur Facebook.

Pourtant, les formes courtes, lapidaires, favorisent les jeux de styles, l'humour. Même si dans le champ des personnes qu'il rencontre, il peut ne pas toucher tout le monde. Bien souvent, et depuis longtemps, le style et la manière d'intervenir sur les réseaux comptent plus que l'objet même de l'échange, [estime la psychanalyste Geneviève Lombard](#). *“Une des possibilités de Twitter est ainsi de “faire signe”. Lorsque” le signe” n'a pas de consistance , ou quand sa*

consistance n'est pas reconnue, il fonctionne quand même comme signal, car il se rattache la plupart du temps à des arborescences (des liens, des blogs, des sites...) grâce auxquelles il se trouve contextualisé, explicité, développé de mille manières. Ce "signe" est juste la pointe la plus actuelle d'une activité web plus générale, qui a souvent une histoire et une surface plus large. Il en assure l'apparition au présent." C'est ainsi qu'il faut entendre l'essentiel de nos échanges sur les sites sociaux : comme un ensemble de signes qui nous permettent de faire société dans une société médiatée.

Pour Yann Leroux, [le réseau social est notre nouveau doudou](#), celui qu'on consulte le soir, avant de s'endormir. Selon un sondage britannique, plus de 70% de personnes interrogées consultent leurs réseaux sociaux avant d'aller au lit et 18% twittent en pleine nuit. *"Il faut se souvenir que s'endormir n'est pas une opération simple"*, rappelle le psychologue. Nous avons tous des techniques personnelles pour y parvenir. Ces techniques et ces objets sont des manières de pallier l'angoisse de la séparation, d'aller vers un état que l'on ne connaît pas (le sommeil). *"Pour cela, il faut désinvestir les pensées qui nous ont accompagnées toute la journée, et une des choses qui peut aider passe parfois par des rituels de vérification"*. Ainsi, vérifier le calme qui se répand sur les réseaux sociaux au fur et à mesure que la nuit s'avance nous rassure et nous calme à notre tour. Le réseau social peut aussi être utilisé comme un consolateur ou un briseur de soucis. Les [lolcats](#) et autres [motivational posters](#) (ou [demotivational](#)) jouent également ce rôle. Des chaînes de mails qui échangent à l'infini ces mêmes qui composent le réseau, aux assertions idiotes ou inutiles que l'on publie en commentaire sur le Facebook de nos relations... tout cela participe de modalités d'échanges qui ne sont pas aussi futiles qu'elles paraissent.



Eric Woerth aime [La Traversée du désert.](#)

14 décembre · J'aime



Eric Woerth Si Nicolas Sarkozy me propose de revenir au gouvernement, je reviendrai. Et puis s'il ne me le propose pas je n'y reviendrai pas.

14 décembre · [Commenter](#) · [J'aime](#)



Eric Woerth Mais j'adore l'Assemblée hein ! C'est un vrai plaisir d'y revenir!

14 décembre · [J'aime](#)



Eric Woerth



Téléchargements mobiles

1 nouvelle photo

13 décembre · [Commenter](#) · [J'aime](#)

Image : [extrait d'un des sketches Facebook](#) imaginé par Cécile Dehesdin et Grégoire Fleurot journalistes à Slate.fr lors de l'affaire Woerth-Bettancourt, montrant combien le fil d'actualité (et sa complexité) sont devenus un mode de narration à part entière, que tentent d'ailleurs de

recupérer des startups comme [Storify](#).

De l'importance sociale du bavardage

Le bavardage confirme le rôle prédominant de la communication sociale : non, nos échanges ne visent pas uniquement à l'efficacité, loin de là. Le bavardage est certes un bruit de fond, [disait déjà Paolo Virno](#) : *“insignifiant en soi, il offre néanmoins la trame d'où extraire des variantes significatives, des modulations insolites, des articulations imprévues. Le bavardage ne représente pas quelque chose, mais c'est précisément en cela qu'il peut tout produire.”*

Pour autant, il est par beaucoup dénoncé comme une injonction à parler, à débattre, le fruit vénéneux d'une [“hypnose sociale”](#) au profit de l'autonomie de la pensée, même si cette injonction du dialogue pour le dialogue conduit à tout confondre et à ne plus rien classer. Tout devient prétexte à bavardage et tout est bavardage. Et Facebook, permettant de bavarder sur tout en est certainement le symbole le plus évident.

Mais Facebook n'est pas condamné parce qu'il nous permet de bavarder sur tout, mais parce que nos bavardages sont désormais écrits, affichés, indexés, recherchables, monétisables... La futilité des propos inscrits n'a pas la même valeur que ceux que la parole prononce et oublie aussitôt. D'un coup, ils s'affichent, s'archivent et deviennent reproductibles ([même avec leurs tics de langage](#) puisque *“Facebook est le roman que nous écrivons tous”*). L'incident peut devenir un accident comme le disait Frank Beau [lorsqu'il analysait la viralité des mèmes](#) qui circulent sur l'internet et en structurent l'imaginaire.

François Perea, maître de conférences à l'université Paul Valéry, dans [un article sur les représentations de soi dans l'espace numérique](#) parle de *“comportement tribal”* du web 2.0. L'anthropologue Robin Dunbar parle de *“toiletage verbal”* pour caractériser la fonction du bavardage, qu'il rapproche du toiletage social que pratiquent les primates.

[C'est ce que nous explique](#) également [Judith Donath](#), la directrice du [Sociable Media Group](#) : *“Ce que l'on fait sur ces sites consiste plutôt à passer un peu de temps, à montrer qu'on fait attention à l'autre, que l'on pense à lui”*. Pour cela, bien sûr, il faut passer par un [“activisme nécessaire”](#), contraint par l'objet sociotechnique qu'on utilise. C'est pourquoi nous modifions nos statuts, commentons, jouons aux jeux et aux quizz que d'autres nous transmettent... Nous sommes contraints de répondre aux signaux que nous adressent les autres. Le mur de Facebook joue précisément ce rôle : accepter une mise en relation le plus souvent avec un inconnu (avec quelqu'un qui vous a identifié, mais que vous ne connaissez pas nécessairement) pour échanger des signaux qui feront sens ou qu'on ne décodera pas forcément l'un l'autre. Facebook et les outils du web 2.0 démultiplient les signaux et rituels qu'on s'envoie (commentaires, images, liens, photos, vidéos, jeux, like...) pour permettre de s'approprier les uns les autres.

Mais surtout, insiste Donath : *“Cela montre que les choses que vous dites n'existent que dans le contexte d'autres communications et qu'on ne peut pas les regarder de manières isolées, comme si elles étaient des publications uniques, singulières. Nos discussions ne se*

comprennent que dans le réseau de relations et de signes dans lesquelles elles s'inscrivent." C'est-à-dire qu'il est difficile d'interpréter nos échanges sur Facebook à l'aune de ces seuls échanges. Publier sur le mur de Facebook une petite vidéo prise avec son mobile montrant un ami en train d'hurler on ne sait pas quoi lors d'une soirée chahutée peut n'avoir aucun sens pour bien des relations qui en prendront connaissance. Cette vidéo qui semble isolée s'inscrit en fait dans un maillage relationnel et communicationnel qui nous est en grande partie inconnu, qui passe par un bien plus vaste maillage de relations et d'outils de communications. Sur Facebook on ne voit poindre qu'une partie du bavardage constant qui nous façonne. Mais néanmoins, même imparfaitement, il apparaît, il devient visible, lisible... Il démultiplie les relations particulières que nous avons avec chacun pour les mettre à la vue de tous, permettant à d'autres de s'en saisir, d'y trouver sens ou amusement – ou pas.

L'optimisation des échanges et la réduction relationnelle

Ces échanges inconstants que l'on a sur les réseaux s'avèrent une formidable matière pour comprendre les évolutions de notre société. L'analyse [des données issues de Facebook](#) ou d'autres réseaux sociaux (comme le site relationnel OK Cupid par exemple, qui sur [son blog](#) observe très régulièrement ce que publie ses membres pour en comprendre les normes sociales) permet de porter un regard neuf sur le rôle de ces échanges, sur leur importance et surtout sur leurs significations.

Facebook essayait ainsi récemment de comprendre les relations de cause à effet entre la composition des messages des statuts et l'entregent d'une personne (c'est-à-dire sa capacité à entretenir un réseau de relations influentes), montrant que les messages qui ont le plus d'audience sont ceux qui se conforment le plus aux canons de la prise de parole classique dans l'espace public : *"des messages plus structurés, désinvestis et moins personnels, se projetant vers l'avenir (fût-il proche)"*, [rappelle Vincent Truffly](#). Rien que de normal. [La technologie relationnelle](#) à l'oeuvre porte ses propres effets d'optimisation. [Le plus souvent ses techniques favorisent certaines formes d'activités par rapport à d'autres](#) : les réseaux sociaux favorisent globalement ceux qui partagent des liens entre eux plus que ceux qui discutent, ceux qui démultiplient les relations que ceux qui ont des relations intensives avec un groupe réduit.

Ces mesures ne discriminent pas pour autant la portée des autres messages, même si elles ne savent pas les valoriser : les messages moins structurés, plus personnels, qui servent à donner de la vacuité ou de l'épaisseur à nos relations demeurent néanmoins les plus nombreux. Echanger des banalités a certes moins d'impact sur notre entregent, mais n'est pour autant dénué de sens ou de plaisir, pour autant que nous nous sentions proches de cette personne. Facebook favorise ce sentiment de proximité, en nous montrant le flux de ceux avec qui nos échanges sont les plus nourris.

Sur Facebook, chacun derrière nos écrans, nous échangeons nos quotidiens. Nos messages personnels se perdent dans le flux des relations que l'outil, dans sa logique d'optimisation, nous pousse à démultiplier. Nos amis, nos relations, nos collègues, les inconnus qui croient nous connaître sont tous indifféremment mêlés. Dans ce flux constant, notre bavardage prend sens, ou pas. Il est le ciment des relations. Mais en traitant toutes les relations sur le même pied d'égalité, Facebook en détourne le jeu. En ne permettant d'avoir qu'un niveau de relation

(l'amitié) Facebook réduit la complexité relationnelle de sa base à son expression la plus simple. Il faudrait pouvoir avoir plusieurs niveaux relationnels pour caractériser nos relations (inconnus, relations, collègues, amis...). Or Facebook a tendance à tout lisser, mettant sur le même plan le signe social et l'information structurée, le privé et le public, le personnel et le professionnel.

Quand le bavardage permet de comprendre notre société

Récemment, [un professeur d'université britannique faisait état d'une recherche qui n'aurait pas été possible de mesurer sans Facebook](#) : son étude portait sur le phénomène consistant à se rouler une pelle entre amis par jeu, pour afficher son amitié et de publier la vidéo ou les photos de ce baiser sur les sites sociaux. Le professeur [Eric Anderson](#), maître de conférences au département de l'Education de l'université de Bath veut y voir un signe du déclin de l'homophobie chez les nouvelles générations... [Les avocats voient même désormais dans les échanges sur Facebook l'une des principales raisons des divorces et surtout de preuves apportées aux divorces](#), sans voir qu'en fait Facebook ne fait que mettre en évidence des choses qui se sont déjà délitées par ailleurs. Facebook n'est que le lieu documenté de notre société moderne. Pratique bouc-émissaire ou document ultime – parce qu'écrit et visible – de la vie des gens.

Il faut raison garder, nous rappelle le sociologue Dominique Cardon. *“Sur Facebook, on peut toujours trouver quelque chose pour confirmer qu'on a raison.”* Le risque est de passer de la sociologie à la “tendançologie”, de faire des sites sociaux les boucs-émissaires de nos relations tourmentées et difficiles, parce que les incidents y prennent une inscription qui leur donne une importance qu'ils n'avaient pas nécessairement. Reste que les réseaux sociaux constituent un corpus d'archives (en temps réel) assez passionnant pour comprendre les mentalités et les pratiques, explique le chercheur. Les sites sociaux permettent d'observer beaucoup de choses, pour autant qu'on se donne les outils et méthodes nécessaires. *“Est-ce qu'internet à travers les blogs de cuisine peut nous donner une idée des transformations des pratiques culinaires de français ?”*

Pour autant, relativise le chercheur, si on trouve plein d'exemples de ce qu'internet apporte aux sciences sociales, rien de ce qu'y s'y trouve n'est inconnu des sciences sociales. Il n'y a pas de révolution par les données. L'utilisation des bases de données confirme des intuitions, des analyses, permet d'affiner les chiffres, mais ne révolutionne pas la connaissance. *“C'est le coeur des sciences sociales : elles sont tout le temps décevantes !”*

Certes, avant on connaissait la vie privée par les documents archivés par la police et les tribunaux, aujourd'hui, le corps de l'information n'est plus dans les archives administratives, mais dans les témoignages directs des gens.

“On peut chercher à anoblir les bavardages sur Facebook pour qu'ils deviennent objets de sciences. Ils sont certes une matière riche pour la compréhension des fonctionnements et des transformations sociales. Mais il ne faut pas pour autant que cela leur enlève leur sens premier : celui d'être essentiel aux échanges sociaux”. Qu'importe alors si nos échanges sur Facebook ne sont pas l'expression la plus haute de la pensée humaine, ce n'est certainement pas leur

but...

Un si petit monde

Dans son analyse sur les relations de cause à effet entre la composition des messages des statuts et l'entregent d'une personne, la Data Team de Facebook [a aussi souligné l'importance de l'homogénéité des groupes](#) : c'est-à-dire la tendance à avoir le même type de comportement que ses relations : si le groupe auquel on appartient écrit des messages longs ou commente beaucoup, on a tendance à avoir le même comportement pour se conformer aux usages du groupe. Les sociologues ont depuis longtemps mis cela en évidence, notamment dans les pratiques adolescentes, comme l'a montré Dominique Pasquier. Mais ce n'est pas le cas seulement des plus jeunes : nous faisons groupe également parce que nous avons des pratiques similaires.

[C'est l'"homophilie" qu'évoque danah boyd](#), c'est-à-dire cette capacité dans un monde en réseau à ce que les gens se connectent à des gens qui leur ressemblent a un corolaire : il est désormais facile de ne pas accéder au point de vue de gens qui ne pensent pas comme vous. *"Nous vivons tous dans nos propres mondes, avec des gens qui partagent nos valeurs, et avec les médias en réseau, il est souvent difficile de voir au-delà. (...) La technologie ne bouleverse pas les clivages sociaux. Au contraire, elle les renforce."*

*En 2009, des chercheurs en sciences sociales employés par Facebook pour en étudier les effets sur la sociabilité ont publié [un rapport](#) analysant de quelle manière s'organise la communication entre les membres du réseau", explique l'anthropologue Stefana Broadbent dans son récent livre, [L'intimité au travail](#). "Il en est ressorti qu'en moyenne les utilisateurs comptaient cent vingt amis, mais qu'ils communiquaient activement avec moins de 10 % d'entre eux. Les chercheurs ont défini ainsi 4 types de réseaux différents : les amis, c'est-à-dire l'ensemble des relations d'une personne ; ceux avec lesquels il y avait une communication réciproque ; ceux avec lesquels il y avait une communication à sens unique et ceux avec lesquels il y avait des relations maintenues (quand les gens cliquent sur le fil d'actualité d'une relation ou visite plusieurs fois le profil). Ils ont montré que les personnes ayant 120 amis (un chiffre qui correspond à la majorité des utilisateurs), sont activement engagées avec moins de 10 personnes. *L'utilisateur moyen laisse des commentaires sur les photos, le mur ou les statuts de 7 relations, et envoie des messages ou chatte avec 6 amis.*" Les utilisateurs sont engagés de façon passive avec une vingtaine d'amis seulement. Or, c'est *"cet engagement passif qui donne aux utilisateurs du site que grâce à Facebook ils communiquent plus et restent en contact avec davantage de gens."**

Olivier Ertzscheid, maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication au département Infocom de l'IUT de La Roche-sur-Yon, explique dans [un billet sur la taille du web que nous fréquentons](#) que l'une des conséquences de cette homogénéité et de cette homophilie *"signifie qu'une fois sur quatre, je vais naviguer là où "mes amis" ou "les amis de mes amis" m'envoient naviguer"*. Sur Facebook, plus encore que sur le web, le diamètre de ce que nous visitons ne semble cesser de se restreindre. Notre univers est borné par nos "amis", comme il l'était il y a 100 par notre voisinage et notre niveau social – et nos amis sont bien évidemment le plus souvent aussi le reflet de cela.

Difficile de mesurer si “l’enfermement consenti” ou “la logique documentaire concentrationnaire” ou “uniformisante” à l’oeuvre sur les sites sociaux est moindre qu’elle a pu l’être, dans le réel, où à l’époque où nous ne consultations que les trois premiers résultats de Google.

Comme le dit encore Olivier Ertzscheid, c’est peut-être dans nos représentations que le web, vu via Facebook, est porteur d’une rupture radicale. Avec Facebook, le web n’est plus synonyme d’altérité, de décalage. Il n’est plus un lieu d’exploration inépuisable, comme nous avons bien souvent tendance à le croire. Au contraire. Il borne le web que nous fréquentons, qui est toujours plus étroit que nous ne le pensons – nous revenons pourtant le plus souvent toujours sur les mêmes sites. Cela participe certainement de son mûrissement et de son installation comme “média” à part entière. L’internet – et l’internet vu depuis Facebook – échappe de moins en moins à la logique de média social qui le caractérise.

L'article original : <http://www.internetactu.net/2011/03/15/comprendre-facebook-13-le-role-social-du-bavardage/>

En complément de cet article : l'interview de [Judith Donath](#) (professeur au Media Lab du MIT et fondatrice du [Sociable Media Group](#)) par Hubert GUILLAUD :
[Si Facebook est important c'est le signe que nos relations sont importantes !](#)

Comprendre Facebook (2/3) : Facebook, technologie relationnelle

Par Hubert GUILLAUD - Licence CC by-nc

La caractéristique principale du web social, dont Facebook est l’emblème, est de lier les activités des gens sur internet. Facebook n’est pas un trombinoscope ou un annuaire comme on l’entend souvent, car s’il n’était que cela, il ne permettrait pas d’action, autre que la présentation de profils. Les profils ne sont qu’une porte d’entrée : c’est l’activité communicationnelle qui fait média. En ce sens, il est bien un “média social”, même si nous avons tous du mal à définir ce que c’est, [comme le rapportait très justement Nicolas Vanbremeersch](#).

Qu’est-ce qu’un média social ?

Pour comprendre ce qu’est un média social, il faut en revenir à ce qu’est un média, “un support de diffusion massive de l’information”. Le média social, par essence, est donc toujours un support de diffusion massive de l’information qui emprunte exactement toutes les formes et supports existants (texte, image, vidéo, audio...), mais la différence vient peut-être de la nature de l’intermédiaire, comme [l’exprime très bien Frédéric Cavazza](#) : alors que dans les médias traditionnels il y a un émetteur qui diffuse un message unique à destination de cibles, dans les médias sociaux chacun est à la fois diffuseur et cible.

“Les médias sociaux sont des médias pour l’interaction sociale”, explique [la version anglaise de la définition de Wikipédia](#) : “C’est l’usage de technologies web ou mobile pour transformer les communications en dialogue interactif”. Les propriétés qui distinguent un média d’un média social reposent sur la portée (si les deux peuvent atteindre des publics massifs, les médias industriels utilisent un cadre centralisé, alors que les médias sociaux sont par nature même plus décentralisés, moins hiérarchisés...), l’accessibilité (les médias sociaux sont accessibles à un coût faible ou nul : ils réduisent les coûts de transaction, comme l’explique Clay Shirky dans [Here Comes Everybody](#)), la facilité d’utilisation (ils ne nécessitent pas nécessairement de compétences pour être utilisés), l’immédiateté et la permanence (les médias sociaux peuvent être modifiés en permanence).



Image issue du bêtisier des captures d’écrans de Facebook, [Zéros Sociaux](#).

Encore plus qu’avec les médias traditionnels, avec les médias sociaux, “Le médium est le message”, comme disait Marshall McLuhan dans [Pour comprendre les médias](#). Le média ne représente plus seulement tous les prolongements “technologiques” de l’homme, comme le prophétisait le chercheur, mais également tous les prolongements “sociaux” de l’homme.

[danah boyd et Nicole Ellison ont essayé de définir en 2007 les sites de réseaux sociaux](#) : “Nous définissons les sites de réseaux sociaux comme des services basés sur le web qui permettent aux individus de (1) construire un profil public ou semi-public sans système délimité, (2) articuler une liste d’autres utilisateurs avec lesquels ils partagent une connexion et (3) voir et traverser leurs listes de connexions et celles faites par les autres par le biais du système. La nature et la nomenclature de ces connexions pouvant varier d’un site à l’autre. Nous utilisons le terme de “site de réseaux sociaux” (social network site) pour décrire ce phénomène, le terme site de réseautage social (social networking sites) apparaît également dans le discours public et les deux termes sont souvent utilisés de manière interchangeable. Nous avons décidé de ne pas utiliser le terme réseautage pour deux raisons : l’emphase et la portée. “Réseautage” met l’accent sur l’initiation des relations, souvent entre étrangers. Alors que le réseautage est disponible sur un grand nombre de sites, elle n’est pas la pratique principale de nombre d’entre eux, alors que c’est ce qui les différencie des communications médiatisées par l’ordinateur (computer-mediated communication).”

La précision est d’importance. Une fonction sociale ne fait pas média social. Dans sa messagerie instantanée, le fait d’avoir accès à toute une liste d’ami ne transforme pas pour autant un tchat en média social. La construction d’un environnement communautaire dans les

commentaires de blogs (via [Gravatar](#) ou même [BuddyPress](#) par exemple, qui permet d'ajouter une couche sociale aux blogs sous Wordpress et notamment aux commentaires, mais qui fait plus fonction de forum que de média social) ne fait pas nécessairement média social. La nature des connexions rendues possibles ou impossibles par le média social est d'importance pour le définir.

Nous sommes entrés dans l'ère des plateformes sociales

Quand on observe Facebook, emblème des médias sociaux, on constate que la différence essentielle entre un média et un média social est que le second nous propose une autre forme de lecture que le média : alors que sur le média notre lecture personnelle est guidée par l'éditorialisation proposée par le média, avec le média social, notre lecture est orientée par nos relations, nos parcours, notre historique. Facebook est un site où chacun est invité à partager de l'information et à faire-part de ses préférences avec son réseau d'ami. Et ce sont les relations au sein de ce réseau qui vous permettent d'accéder aux informations que les autres diffusent. Plus que les profils en eux-mêmes, c'est l'activité qu'accomplissent vos correspondants via Facebook qui est intéressante. Les images et textes qu'ils y échangent, les recommandations qu'ils adressent via le bouton "like", les services qu'ils utilisent et auxquels, en les partageant, ils permettent d'accéder...

Les médias sociaux sont des supports de diffusion massifs de l'information (des médias) orientée par les relations sociales. C'est bien le fait que la connexion entre amis transforme ce à quoi on accède qui fait média social.

D'une certaine manière, les médias sociaux n'existent pas en tant que tel. Sans utilisateurs, Facebook serait une page vide. [Il n'y a échange d'information que s'il y a échanges entre les utilisateurs.](#)

Et surtout, nul n'en a la même vision. Contrairement au web traditionnel, par lequel nous accédons tous plus ou moins à la même page, avec les réseaux sociaux, nul n'accède à la même chose, car le contenu de ce à quoi on accède dépend entièrement des relations que l'on a établies avec d'autres membres dudit réseau et avec le reste du monde ("nos préférences" qui signalent ce que l'on apprécie, qui nous relie à ce qui ne tient pas des personnes : objets, marques, produits, organisations...). [C'est ce que danah boyd appelle l'homophilie](#) qui renforce le sentiment de sa propre communauté, l'attachement à ses propres relations.



Image issue du bêtisier des captures d'écrans de Facebook, [Zéros Sociaux](#).

Comme le dit Frédéric Cavazza, [il y a bien des mécaniques communautaires et sociales différentes](#) selon les types de médias sociaux et les relations qu'ils proposent, pour autant elles s'avèrent souvent décevantes. Elles dressent le plus souvent des typologies d'outils plutôt que de distinguer des caractéristiques spécifiques. Il faut faire la différence entre des médias qui utilisent des fonctions sociales (des "communications médiatisées par l'ordinateur" comme diraient danah boyd et Nicole Ellison) et des médias sociaux en passe de devenir de véritables plateformes sociales, c'est-à-dire un écosystème où l'identifiant proposé par la plateforme, les préférences et le réseau de relation qui lui est associé sont "transportables" dans une multitude d'environnements différents. [Ce que Facebook appelle le Graphe Social](#).

Facebook Login : regarder son activité par ses contacts

Et la vraie puissance de Facebook est incontestablement ici. Dans son potentiel à pouvoir retrouver vos amis sur les autres sites que vous utilisez. Ce n'est pas seulement voire [Facebook Login](#) (ou Facebook Connect comme il s'appelait encore il y a peu, [précise Christian Gallardo, responsable du développement business de Facebook](#)) – ou d'autres types d'identifiants [1] – comme un identifiant universel, mais comme une clef d'entrée sur le web via ses relations et ses préférences.

RUE89 EST SUR FACEBOOK



 **Martine Horovitz Silber** shared La liberté d'expression, c'est bon pour les officiers, pas pour les soldats - 22 hours ago

 **NumericaBooks** **Martinez Catherine** shared Soundpainting : 800 signes pour composer et orchestrer en direct - on Tuesday

 **Jean-Samuel Beuscart** shared Pouvoir d'achat : une France quasi révolutionnaire - on Monday

 **Martine Horovitz Silber** shared Edgar Morin, une voie pour éviter le désastre annoncé - on Monday

 **Fabrice Epelboin** shared Des cathos intégristes détruisent le Piss Christ blasphématoire - on Monday

En se connectant via Facebook, l'identification est la fonction que vous voyez, celle que vous pensez activer, alors qu'en fait, vous activez bien plus. Pire, l'identification est la fonction la moins importante qu'on utilise en passant par Facebook Login. Le plus important est l'importation de votre réseau relationnel et vos préférences partout où vous allez. Accéder à *Rue89* et accéder à ce que vos amis ont apprécié sur *Rue89* : c'est là deux propositions de navigation dans les contenus radicalement différentes.

Facebook est un connecteur, qui plus qu'embarquer votre identité, vous permet d'embarquer avec vous vos relations sociales et vos préférences, et ce, sur de plus en plus de sites, comme [le montre la vitrine des intégrations de Facebook dans d'autres sites web](#) ou l'explique [Julien Codorniou](#), responsable des partenariats de Facebook pour la France et le Benelux. Par exemple, vous pouvez utiliser [Spotify](#) pour écouter de la musique. Et vous pouvez utiliser Spotify via Facebook pour écouter de la musique. Ce sont alors deux services totalement différents. Dans l'un, vous utilisez le service en tant que tel pour chercher, organiser et écouter votre musique. Dans l'autre, vos connaissances deviennent une nouvelle porte d'entrée sur le service : vous n'accédez plus seulement à votre musique, mais à celle de vos amis, à la manière dont ils l'organisent et la partagent. Vous n'avez pas accès seulement à la musique

que vos amis déclarent partager de temps en temps, vous pouvez vous brancher sur ce qu'ils apprécient, sur ce qu'ils écoutent, et cela sans même qu'ils en soient forcément conscients (même s'il faut activer la fonction de partage de sa musique en partie ou en intégralité). Je ne suis pas sûr que Christophe Abric, l'illustre fondateur de la [blogothèque](#), ou Philippe Astor qui tient l'excellent [Digital Jukebox](#) soient pleinement conscients que j'ai accès aux listes de lectures publiques qu'ils partagent (et c'est pourtant un vrai plaisir que d'accéder à leur expertise et à leur éclectisme).

De la même façon, on peut accéder à une foule d'autres services comme [DisMoiOù](#) ou à [Trip Advisor](#) et naviguer entre les recommandations des utilisateurs. Mais les cartes changent de dimensions quand on a accès aux recommandations de nos amis. Les notations des restaurants et des commerces qui peuplent le territoire qui nous entoure prennent une autre couleur en se peuplant des recommandations de nos relations. Ce restaurant recommandé par 40 ou un milliers d'internautes n'a pas la même image quand c'est une connaissance qui vous le recommande.

Autre exemple emblématique de l'utilisation que l'on peut faire de Facebook, le site Etsy, une communauté d'achat et de vente de produits faits mains, propose de trouver dans son catalogue les cadeaux qui iraient le mieux à vos amis. Comment ? [Le site propose une application](#) qui se branche sur Facebook et qui regarde dans les profils de vos amis, ce qu'ils ont apprécié (un média, un objet, une série télé, des personnages ou des groupes...) via le bouton Like. Le site utilise alors ces informations pour chercher des produits correspondants dans son catalogue : ainsi, si vous avez apprécié Radiohead ou Barack Obama, Etsy va regarder dans son catalogue pour vous proposer des tee-shirts, des badges, des dessins ou des boucles d'oreilles correspondantes – Etsy n'est plus le seul magasin en ligne à proposer cette connexion, tous s'y sont mis et non des moindres. Depuis juillet 2010, [Amazon a lancé en bêta une première version de son magasin connecté à Facebook](#), permettant de voir les produits culturels populaires de vos relations (pour acquérir les mêmes) et vous suggérant de leur offrir des cadeaux mieux adaptés à leurs goûts.

De nos goûts au profil marketing de nos goûts

Bien sûr, pour l'instant, le résultat est loin d'être idéal, car, Facebook a tendance à nous servir à tout et à rien. On est désormais capable d'apprécier tout et n'importe quoi, sur l'instant, sans que cela signifie clairement que vous l'appréciez vraiment. Qu'importe ! Facebook extrait tout de son contexte. C'est sa fonction principale. Si vous appréciez les mélodies des Beatles et que vous les recommandez ne serait-ce qu'une fois, cela pourra vous être reproché à vie, par des services tiers qui vont utiliser cette information pour en déduire, automatiquement, que vous êtes fan des Beatles.

C'est certainement encore la limite du like de Facebook. Si je regarde la musique qu'apprécie Philippe Astor sur Facebook, elle est limitée pour l'instant à 37 artistes, autant dire une broutille par rapport aux milliers de morceaux qu'il a classés et sélectionnés dans Spotify.

Facebook propose donc deux types de graphes : le graphe des recommandations (les likes) et le graphe social (celui des relations). L'un et l'autre sont intrinsèquement liés, mais ils sont

bien différents par nature.



Plus que les relations, c'est désormais plutôt sur le graphe des recommandations que Facebook travaille. Les "Like" peuvent devenir de la publicité : c'est-à-dire que Facebook est capable de faire appel aux recommandations de vos amis pour distribuer de la publicité ciblée, [comme l'explique Business Insider](#) ([on parle de publicité "endossée socialement"](#) dont les rapports sont bien sûr meilleurs que la publicité traditionnelle). Nos amis deviennent le panneau d'affichage de cette publicité, c'est-à-dire que leurs recommandations peuvent être utilisées par [les marques pour le signaler à notre attention](#).

C'est l'un des biais du système du graphe de recommandation : penser que toutes les actions que nous y faisons nous représentent, dressent notre graphe non pas social, mais comportemental, la carte de nos goûts et de nos désirs, notre profil marketing complet. Cela génère beaucoup d'erreurs bien sûr : le système est forcément imparfait, car pas plus qu'il n'est pas capable de faire de distinguo entre nos relations (il n'y a toujours qu'un seul niveau de relation dans Facebook : l'amitié, alors que le système pourrait proposer plusieurs niveaux relationnels pas nécessairement symétriques), il n'est pas non plus capable de faire le distinguo entre ce qu'on apprécie (il n'y a qu'une fonction d'appréciation, le "Like", elle aussi sans nuances). Cela évoluera certainement. Le problème c'est que pour un système sociotechnique de ce type, ce qu'on déclare apprécier ne se périmé pas dans le temps, ne s'apprécie pas en contexte... Facebook a du mal à passer du graphe de recommandation au graphe de l'intérêt.

Après le graphe social, le graphe d'intérêt ?

En juillet 2010, Chris Dixon – cofondateur de [Hunch](#), un moteur de recommandation social personnalisé – [expliquait](#) que nous allions passer de l'époque du "graphe pour les gouverner tous" à des graphes sociaux plus spécifiques, construits autour de concepts comme le goût (comme s'y essaye Hunch), la localisation (Foursquare), la confiance... Des concepts qui pourraient devenir le fondement de ce qu'on n'appelle non plus le graphe social (le réseau des gens avec lesquels vous êtes en relation), mais le graphe d'intérêt (le réseau des gens qui partagent des centres d'intérêt avec vous, mais que vous ne connaissez pas

nécessairement), [explique Om Malik](#).

Car le graphe social et le graphe de recommandation de Facebook ont des limites, on l'a vu. S'ils sont une base pour construire des médias sociaux, ils ont également ses défauts : la réciprocité de l'amitié, la limite du like pour mesurer les objets que l'on partage et la limite des relations que le système sociotechnique instaure... Vos meilleurs amis peuvent avoir des goûts musicaux diamétralement opposés aux vôtres. *“La musique, les films, les livres, les préférences quelles qu'elles soient... sont autant de domaines où les gens ont des goûts qui ne sont pas nécessairement influencés par leurs amis ou pas par une large part de ces amis. Il n'est pas surprenant si les services de musique les plus réussis sont plutôt organisés autour du graphe de vos goûts musicaux qu'autour du graphe social musical de vos amis”*, [explique Nathaniel Whitemore sur le blog d'Assetmap](#).

L'enjeu pour de nombreuses start-ups désormais n'est plus de s'intéresser au graphe social (qu'il est possible de récupérer de nombreux services via les interfaces de programmation qu'ils proposent – on en parlera dans la 3e partie de ce dossier), qu'au graphe d'intérêt pour construire des systèmes de recommandations toujours plus efficaces.

Nonobstant, les plateformes sociales sont devenues des systèmes techniques par lesquels nous parcourons le web. Le graphe social a conquis le jeu (Farmville en est un très bon exemple), l'e-commerce, l'information... Nous observons déjà le web non plus de la manière dont il est éditorialisé (via les flux RSS des sites d'origines), mais par le prisme du filtre de nos relations sociales (via Twitter ou Facebook...). Nos relations sont transformées par les plateformes sociales : il devient important de suivre certains propulseurs plutôt que d'autres. Nos relations en ligne sont technologisées par le rôle que jouent ces plateformes dans notre approche des services existants qui les intègrent.

L'emprise des technologies relationnelles

[Comme le répétaient les représentants de Facebook eux-mêmes au récent Facebook Developer Garage](#) : leur “vrai” produit n'est pas Facebook.com (le site), mais l'Open Graph (nouveau nom du Graph Social), c'est-à-dire l'infrastructure mise en place. [L'association Ars Industrialis a raison de parler de technologies relationnelles](#) pour désigner *“l'ensemble des technologies qui non seulement mettent en relation, mais également qui engramment les relations”*. Par engrammer, il faut entendre à la fois incorporé et ce qui laisse une trace, à l'image de [l'engramme](#), la trace biologique de la mémoire dans le cerveau. *“A ce titre, ces technologies sont un moment, contemporain, du processus de [grammatisation](#) qui consiste à discrétiser les flux temporels, c'est-à-dire à spatialiser le temps. Après la grammatisation de la parole dans l'écriture, puis du geste dans la machine-outil, les technologies relationnelles grammatisent à présent les relations psychosociales.”*



Image issue du bêtisier des captures d'écrans de Facebook [Zéros Sociaux](#).

[L'enjeu de la grammatisation des relations](#), pour faire plus simple, c'est nos gestes et nos comportements qui sont distingués par les outils technologiques que nous utilisons. Et c'est tout à fait ce qu'accomplit Facebook en dressant la liste de nos relations que ce soit avec des personnes (nos amis) ou avec d'autres types d'entités (des informations, des images, des vidéos, des jeux, des produits, des marchandises, des institutions, des organisations...). La grammaire de Facebook décrit les règles qui régissent le fonctionnement non plus d'une langue, mais de notre relation à la technologie. Les identifiants sociaux, comme Facebook Login, encapsulent la grammaire de l'internet de demain. Ils recèlent les règles et les éléments constitutifs des pratiques relationnelles en ligne, des outils de recommandation et de mises en relation. C'est en cela qu'il faut entendre que Facebook nous façonne, qu'il conditionne les rapports humains et les représentations. En cela, il est pleinement une [technologie relationnelle](#), qui a un impact sur la nature de la relation, un impact d'autant plus important que l'usage du graphe social s'étend. La capitalisation de certaines connexions devient primordiale pour accéder pleinement à certains services. Il faut non seulement identifier les experts adéquats, mais également être leur ami. Sur Dis moi où il faut que je sois ami avec quelqu'un qui va souvent au restaurant, sur Spotify avec quelqu'un qui a des goûts musicaux qui me sont proches et qui exploitent pleinement le service, etc.

Dit autrement, l'important sur Facebook, n'est pas ce que chacun y fait, mais les actions que nous partageons avec d'autres. Par le biais de Facebook, les services que nous utilisons sur internet deviennent tous sociaux et communautaires. Cette transformation n'agit pas sur Facebook seulement, mais sur l'internet tout entier.

L'idée ici n'est pas de regretter les relations prénumériques. Mais de comprendre que la grammaire qu'introduisent les plateformes relationnelles va avoir un impact direct et total sur notre relation à la technologie et sur notre manière de construire des relations sur le numérique. Nous sommes passés du logiciel social ([le blog](#)), aux plateformes relationnelles et on observe bien que c'est la même transformation qui se prolonge : observer le monde par le regard des gens qui ont les mêmes sources d'intérêts, certainement parce que c'est un plus puissant stimulant pour son propre intérêt.

Etre sur Facebook n'a donc pas grand-chose à voir avec une pulsion voyeuriste-exhibitionniste nous plongeant dans l'émotionnalisme le plus simple. C'est aujourd'hui devenu le moyen d'activer son réseau relationnel pour l'exploiter sur l'internet tout entier.

L'article original :

<http://www.internetactu.net/2011/04/28/comprendre-facebook-23-facebook-technologie-relationnelle/>

En complément de cet article : [Comment étudier l'internet quand l'internet est partout ?](#)
par Hubert GUILLAUD

Comprendre Facebook (3/3) : L'internet des API, le web des applications

Par Hubert GUILLAUD - Licence CC by-nc

Pour les 500 millions d'utilisateurs de [Facebook](#) il semble n'y avoir qu'une manière d'accéder à Facebook : celle de se connecter sur le réseau social pour consulter son mur d'activité (le "NewsFeed"). Pourtant, via Facebook Connect, [on a déjà vu](#) qu'il y en avait une autre, distante, permettant d'interagir avec les services de Facebook depuis d'autres sites. Il y en a encore une autre, réservée aux services informatiques des sites qui utilisent Facebook. Cet autre accès passe par les API, les interfaces de programmation, c'est-à-dire des jeux de données ouverts qui permettent aux développeurs d'utiliser les services proposés par Facebook et qui sont l'une des clefs du fonctionnement du web 2.0.

Car derrière tous les systèmes fermés que d'aucun dénoncent à grands cris, il y a avant tout des systèmes informatiques qui discutent entre eux, il y a des systèmes "ouverts" (souvent gratuits plus que payants, sauf si on dépasse un certain niveau ou volume d'utilisation des données accessibles). "Ouverts" à tout le moins aux systèmes techniques, plutôt qu'aux seuls utilisateurs. Si le web semble se refermer, par la mise en place d'écosystèmes propres comme le constatait Chris Anderson dans [Le web est mort, vive l'internet](#), il faut néanmoins reconnaître que ces écosystèmes savent discuter entre eux. Mieux, pour atteindre la masse critique d'utilisateurs, il est bien souvent impossible que cette discussion n'ait pas lieu.

C'est bien en tout cas dans les interfaces de programmation que se concoctent le web d'aujourd'hui et le web de demain : dans les négociations permettant d'accéder aux services des uns et des autres, dans les *mashups* de services où la bonne alchimie créera le bon service. De nombreuses start-ups naissent de ces croisements (et [des matrices](#) permettent d'ailleurs d'imaginer leurs croisements). Les interfaces de programmations ne sont pas des technologies cachées : la plupart des sites qui en proposent documentent ouvertement les conditions d'accès, précisent clairement les conditions d'utilisation. Mais ce sont des technologies relationnelles discrètes, des répertoires de données qui échangent des droits d'accès, des utilisations, que le public ne voit pas. Ce sont elles qui permettent le plus souvent le développement d'[applications web](#) ou [logicielles](#), c'est-à-dire de micrologiciels que les échanges de données rendent fonctionnels.

Qu'est-ce qu'une interface de programmation ?

Il existe deux façons de donner accès à des données sur le web, explique Charles Nepote responsable du [programme Données publiques de la Fing](#). Tout d'abord un accès direct à un fichier contenant les données. C'est souvent la méthode la plus simple, car les outils de gestion proposent généralement une fonction d'export des données sous forme de fichier. Elle est cependant moins bien adaptée lorsque les données changent souvent et qu'il y en a beaucoup : cela oblige les réutilisateurs à recharger fréquemment l'ensemble du fichier et peut être consommateur en ressources système et réseau.

C'est pourquoi se développent fréquemment un mode d'accès direct aux données uniquement nécessaires à travers une [interface de programmation](#) (API).

Pour Karl Dubost, chargé des relations avec les développeurs chez Opera, l'API n'est rien d'autre qu'*“un protocole de communication pour accéder à un service”*. *“De la même façon qu'avec un logiciel de base de données, on a un vocabulaire pour accéder aux données et faire une requête, l'API permet de construire des interrogations via une interface normalisée”*. Les fonctionnalités proposées par les API évoluent selon les services et au cours du temps. Par exemple, Facebook propose plusieurs API : celle pour s'authentifier, celle pour explorer et exploiter le graphe social des utilisateurs, etc.

Une API va permettre à un programme de demander à l'application qui fournit les données, uniquement celles dont elle a besoin ou auxquelles il souhaite ou peu accéder. Les grands acteurs du numérique en général et du web particulier, comme Google, Amazon, Facebook, Twitter, ... ont établi leur succès grâce à leurs APIs. Une API est donc un protocole d'accès à un système d'information pour un autre système d'information, afin qu'ils échangent des données entre eux. Ce à quoi ils ont accès et les conditions de cet accès sont clairement décrits et documentés par l'interface, selon les jeux de données qui peuvent s'échanger. Via des API, on peut construire un système de réservation de billets de trains ou d'avion (en utilisant les API proposées par les transporteurs), utiliser des banques d'images (comme celles des agences de presse) ou utiliser des services spécifiques (faire correspondre cette banque d'image à un service de reconnaissance d'image lui-même accessible via une API).

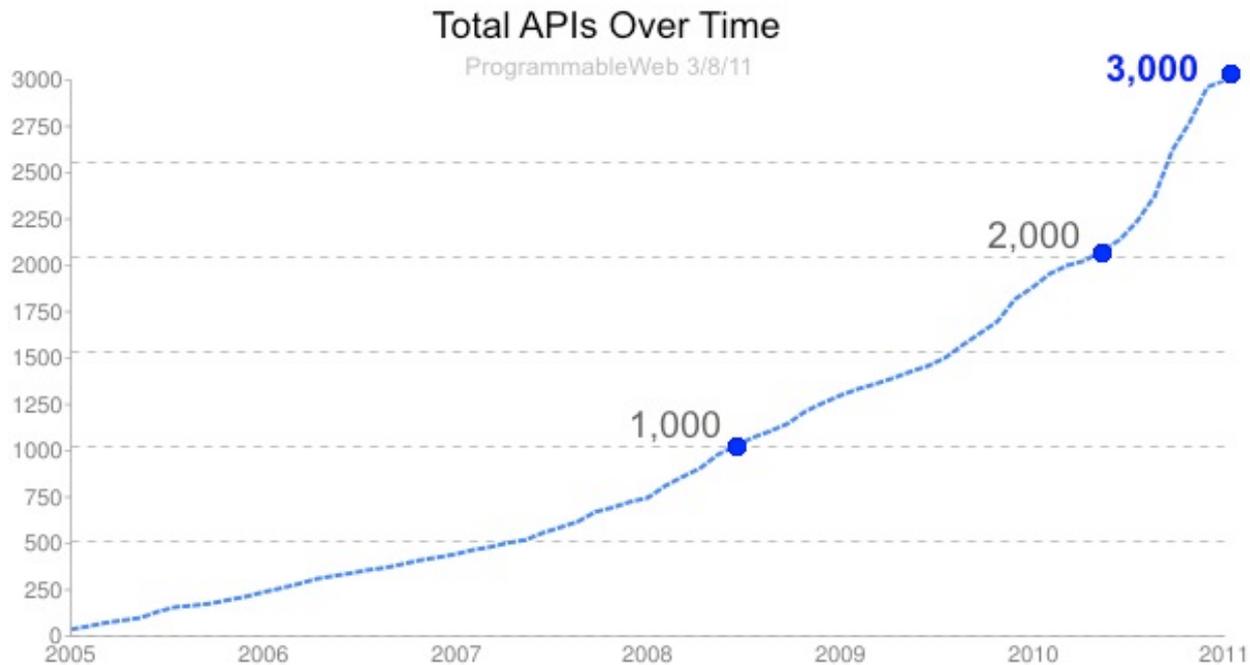


Image : la croissance du nombre d'API disponibles et de leur utilisation [par Programmable Web](#).

Les API sont des interfaces d'accès aux données numériques, [comme l'explique Christian Fauré](#). C'est une porte d'entrée qui permet de contrôler l'exposition et l'utilisation des données numériques produites par un service. C'est un service logistique qui s'adresse aux autres services et aux développeurs pour faciliter l'échange d'informations. Chaque API a ses particularités : ses clefs d'accès, le nombre de requêtes maximales par clefs d'accès, les données accessibles (et celles qui ne le sont pas), les fonctions de manipulation des données (celles qui sont proposées en lecture seule comme celles qui pourront être écrites par un service tiers permettant par exemple à un service d'écrire à votre place sur votre mur Facebook quand vous l'utilisez et si vous l'avez autorisé). Elles permettent donc à des services de communiquer entre eux, de croiser leurs données, d'utiliser les données des uns et des autres, de manière plus ou moins transparente pour l'utilisateur.

API : de quoi l'utilisateur est-il maître ?

Plus ou moins transparente. Dans Facebook par exemple, quand vous installez une application, celle-ci vous demande en langage (plus ou moins) clair si vous souhaitez que les données que cette application va mémoriser échangent avec Facebook. Elle se résume souvent par une page d'autorisation qui n'est pas sans poser problème, [comme s'en plaint Danny Sullivan](#), puisque la plupart du temps, nous n'avons pas d'autres choix que d'accepter ou refuser la communication, quand bien même bien des données récupérées sembleraient inutiles à son fonctionnement. Nous n'avons aucune capacité d'ajustement des données récupérées. Les applications demandent souvent bien plus d'information qu'elles n'en ont besoin et l'utilisateur n'a rarement d'autre choix que d'approuver ce vol ou de ne pas utiliser l'application en question.

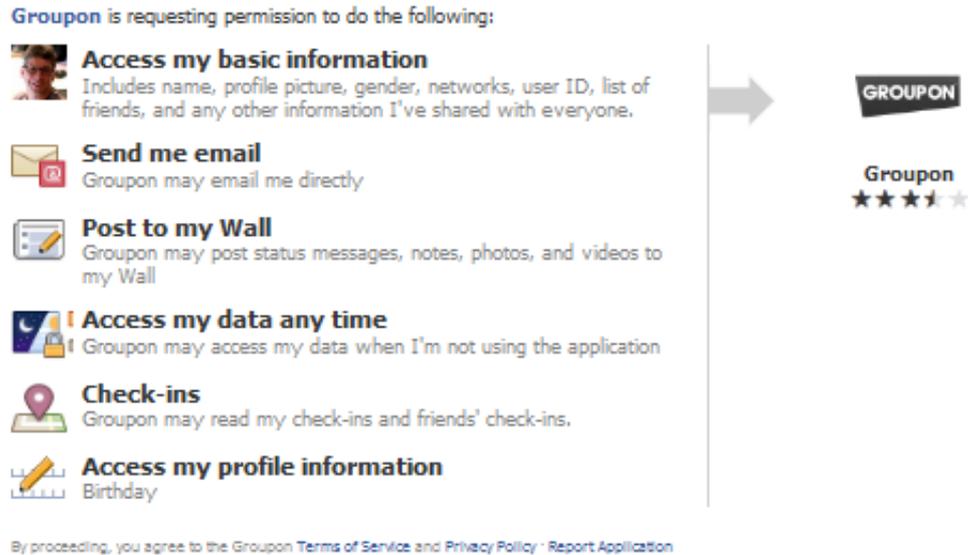


Image : exemple d'une demande d'autorisation d'une application dans Facebook listant tout ce à quoi elle demande accès sans que nous puissions moduler quoi que ce soit.

Bien souvent, les règles qui régissent les interfaces de programmation ne sont pas les mêmes que celles que connaissent les utilisateurs passant par le service principal. Sur Twitter.com par exemple, il est difficile de trouver un tweet particulier ou de remonter loin dans le temps... Le moteur de Twitter ne semble pas avoir une longue mémoire de nos Tweets. Mais ce n'est pas le cas des API utilisées par des services tiers, comme le moteur de recherche [SnapBird](#).

Sur Facebook, les choses qu'on apprécie (*like*) disparaissent peu à peu de nos murs (et de nos mémoires), mais ce n'est pas le cas des interfaces de programmation de Facebook [qui elles savent très bien que vous avez apprécié tel groupe ou telle marque il y a plusieurs mois de cela](#), et l'utiliser pour vous proposer des recommandations ou des publicités adaptées à votre profil.

Il y a une dissymétrie pour l'utilisateur entre ce à quoi accèdent les services qui se branchent sur les API et ce à quoi accède l'utilisateur, limité à la seule pratique du site web dudit service. Tant et si bien que les API sont bien plus utilisées que les sites web : [les API de Twitter reçoivent bien plus de visites que le site web de Twitter](#), explique Dion Hinchcliffe. [L'écosystème de Twitter](#) c'est désormais plus de 10 000 applications tierces (qui utilisent les API de Twitter), et si Twitter fait 20 millions de visiteurs uniques, 40 millions de personnes y accèdent via des applications [estime TechCrunch](#).

Autre difficulté, pour les programmeurs et les sites web qui utilisent ces interfaces : ils dépendent complètement de leurs évolutions. Récemment, [Google annonçait faire le ménage dans ses API](#), expliquant que certaines allaient tout simplement être abandonnées, comme l'API permettant d'utiliser le service Google Translate. Derrière cette décision, ce sont des dizaines de services qui doivent repenser leur offre pour trouver une solution alternative ou fermer à leur tour.

L'internet des API, le web des applications

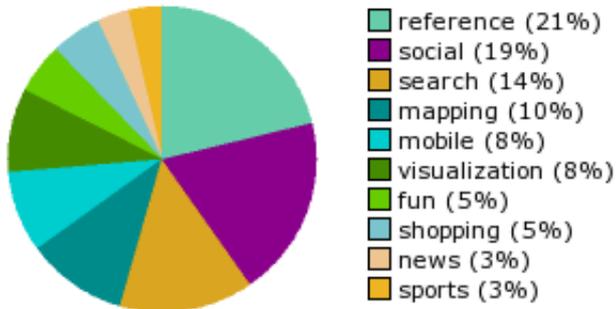
Les interfaces de programmations et les applications, qui sont leur corollaire, nous font entrer dans un nouveau web ou plutôt une nouvelle étape de l'informatique. Avec d'un côté l'internet des API et de l'autre le web des applications. D'un côté, les échanges d'information entre services qui structurent le réseau, mais demeurent inaccessibles au commun des mortels, de l'autre le web des applications, c'est-à-dire de nanoprogrammes qui utilisent les données de ces API pour rendre l'information plus accessible aux gens. C'est en ce sens qu'il faut regarder l'arrivée d'applications dans le navigateur comme [le propose déjà Google Chrome](#) ou [Mozilla](#). Si les applications s'expliquaient dans l'univers du mobile et du tactile pour répondre aux spécificités d'utilisabilité de ces interfaces, l'arrivée d'applications dans le navigateur promet d'autres apports et notamment de résoudre les problèmes d'incompatibilité des plateformes, supports et langages. Il permet surtout de simplifier les installations : plutôt que de devoir lancer un programme, préciser où il doit s'installer, configurer son accès, il suffit désormais d'activer une application pour qu'elle soit disponible, que ce soit sur votre ordinateur pour les applications de bureau, sur votre mobile ou dans votre navigateur. Pour Oren Michels, PDG de [Mashery](#), une solution de gestion d'interfaces de programmation, les API semblent être des choses très techniques, très geeks, [alors que ce n'est rien d'autre qu'un canal de distribution](#). [Realtibits](#), une start-up qui propose une solution pour créer des Forums, a ainsi lancé son API avant de lancer son site web, [rapporte le ReadWriteWeb](#). Pour Sam Rami d'[Apigee](#), les API sont la chaîne d'approvisionnement du XXI^e siècle ([tant et si bien que des services mesurent leurs performances en permanence](#)).

Les API ne sont pas spectaculaires. Elles consistent en de simples entrepôts de données communicants, dont la disponibilité doit être sans faille, au risque sinon de briser toute une chaîne d'accessibilité, car elles ne sont pas seulement utilisées sur le site qui les propose : mais sur une infinité de sites qui les utilisent. Facebook a lancé sa première API en 2006, avant de créer en 2007, une plateforme dédiée aux développeurs. Dans les premiers temps, celle-ci s'est surtout concentrée à fournir le matériel pour construire des applications à l'intérieur de Facebook. Désormais, [la vitrine pour les développeurs de Facebook](#), [explique Daniel Luxembourg de Programmable Web](#), fait uniquement la promotion de mesures techniques permettant d'utiliser Facebook au-delà de Facebook et ce, notamment depuis le lancement en avril 2010 du nouveau graphe Facebook et de l'[Open Graph Protocol](#). Autant d'évolution qui ont permis à Facebook de devenir le troisième service le plus populaire en terme d'utilisation sous forme de mashup ([voir le classement](#)), [rapporte Programmable Web](#).

Top Mashup Tags

Last 14 days See all time

Click on a slice or label to see details || Or see the whole [Mashup Tag Cloud](#)



ProgrammableWeb.com 06/21/11

Image : les API les plus utilisées par type sur ces 14 derniers jours, [via Programmable web](#).

[Comme l'explique Dion Hinchcliffe dans un récent billet](#) : l'intégration est devenue la vertu à cultiver. "Il est de moins en moins fréquent de voir de nouvelles applications Web apparaître sans une bonne API qui lui corresponde, car les start-ups ont appris depuis longtemps que si elles ont quelque chose de bien à offrir, l'essentiel de son utilisation viendra des API et non pas de l'expérience utilisateur." Désormais, les sites ne sont qu'une modalité d'accès. L'essentiel de celui-ci se fait d'une manière distante. "Quand vous commencer à utiliser des API, vous réalisez que ce que vous considérez jusqu'à présent comme le web (les sites web) n'est qu'une manière de voir l'information contenue dans le web", [explique Christian Heilmann dans une très claire présentation des enjeux du web de données](#). Le succès de Facebook ne tient pas tant au succès d'audience du site : de plus en plus il est lié au succès de ses API, à la façon dont d'autres sites exploitent Facebook Connect ou intègrent le Graphe de Facebook dans d'autres services. C'est en cela que Facebook, et la plupart des services majeurs du web 2.0, deviennent chaque jour un peu plus incontournables : leur écosystème ne cessant de s'étendre.

"Au cours de ces dernières années, nous avons vu les API des entreprises devenir plus simples, plus web, plus faciles d'intégration tout en réduisant les coûts d'accès", explique encore Dion Hinchcliffe. Tant et si bien que leur succès ouvre de nouvelles perspectives d'intégrations des solutions complexes utilisées en entreprise, estime le consultant. Le succès des API des services web devrait inspirer les services professionnels, invités à délivrer désormais leurs données et faciliter leurs intégrations par d'autres sociétés via des interfaces de programmation.

Il n'y a pas de web sans API

Les API sont la clef du web social et du web des données. C'est par elles que transitent les données. C'est par leur croisement que se construisent de nouveaux services et de nouvelles connaissances. Si les données sont les entrepôts d'information, nul n'y accède sans clef, et cette clef, ce sont les API.

Mais c'est là un web dans lequel l'utilisateur n'a qu'une place congrue. Les enjeux sont ailleurs, [comme le montrait la récente bataille entre Facebook et Google](#) permettant de croiser les contacts des utilisateurs :

“Dorénavant, les services Web ne pourront utiliser l'interface de programmation (API) qui gère les contacts de Gmail que s'ils “autorisent en contrepartie l'exportation des mêmes informations de contacts de manière simple”.

De nombreux services utilisent l'API de Gmail pour faciliter l'inscription de nouveaux utilisateurs : lorsque l'utilisateur rentre son adresse, le service peut très facilement accéder à son carnet de contact, et donc lui signaler quels sont ses correspondants qui sont déjà inscrits sur le service, ou lui proposer de leur envoyer une invitation. Facebook, notamment, utilise cette API pour proposer aux nouveaux inscrits de retrouver et d'ajouter comme “amis” les correspondants Gmail.

Or Facebook se refuse à proposer la même option aux services tiers. Un nouvel inscrit sur Gmail ne peut pas rentrer son identifiant Facebook pour ajouter automatiquement à son carnet d'adresses ses “amis” du réseau social.”

La guerre des stratégies autour des API (à savoir la façon dont elles sont proposées, ouvertes, payantes à partir d'un certain seuil d'utilisation, gratuites, réciproques...) est en train de façonner l'internet et tout ce qui en dépend. Pour la plupart des sociétés de l'internet, être accessible via une ou plusieurs API est essentiel pour le développement de son service. Mais pour certains acteurs, la surutilisation de leurs ressources pose question. Les stratégies s'affinent à mesure et peuvent être très différentes d'un service à l'autre. Certains acteurs ne vont proposer que des API payantes. D'autres vont proposer des API très ouvertes pour être exploitées par le plus grand nombre. D'autres au contraire, semblent vouloir de plus en plus distinguer qui peut accéder ou non à ses API...

Désormais, la plupart des grands services web proposent leurs API. Initiés dès 2000 par l'API d'eBay puis par celle d'Amazon, elles se sont depuis multipliées : d'abord par celles des grands acteurs du web 2.0 permettant l'explosion des Mashups, puis par le développement des API des sites sociaux depuis 2006, comme l'explique très bien [Clément Vouillon](#). Désormais, non seulement tous les sites sociaux proposent une API – comme [Linked-in](#) -, mais le phénomène touche désormais des services plus petits, des start-ups moins connues, qui misent sur le développement d'interfaces de programmation pour assurer leur développement.

L'asymétrie des échanges de données

Si via ces API, la circulation des données semble s'ouvrir, les développeurs sont les otages consentants du moindre changement dans les conditions d'utilisations, [comme l'explique Clément Vouillon](#). Mais surtout, dans cet univers, l'utilisateur et ses données semblent être le plus petit dénominateur commun. On a l'impression que s'oppose un monde d'API plutôt ouvertes, où les systèmes discutent entre eux, à un monde d'applications relativement fermées qui jouent des données des utilisateurs sans que ceux-ci en comprennent la portée. Certes, ils

en bénéficient aussi. Mais peut-on vraiment bénéficier de choses qu'on ne maîtrise pas, qu'on ne comprend pas ?

En fait, ce n'est pas tant le fait qu'on ne maîtrise pas ou qu'on ne comprend pas les API qui posent problème. C'est plutôt le fait qu'elles utilisent nos données sans que nous nous en rendions vraiment compte. Et surtout qu'elles utilisent nos données de manière asymétrique : c'est-à-dire qu'elles n'utilisent pas nécessairement les mêmes que celles auxquelles nous pensons leur donner accès. Autoriser un service à utiliser nos données sur Facebook, peut l'autoriser à aller chercher dans tout notre historique, faisant apparaître des choses de nous que nous-mêmes avons oubliées.

Le problème des API ne repose pas tant dans la circulation des données que dans leur asymétrie. [Comme le disait Kevin Kelly récemment](#) : "Nous ne voulons pas moins de données, nous voulons une plus grande symétrie, tirer plus davantage que ce que l'autre partie sait de nous". Et force est de constater que ce n'est pas ce que proposent les API.

L'article original :

<http://www.internetactu.net/2011/06/21/comprendre-facebook-33-linternet-des-api-le-web-des-applications/>

En complément de cet article : Interview de Karl Dubost responsable des relations avec les développeurs chez [Opera](#), Johann Daigremont à la tête du département des communications sociales aux [Bell Labs d'Alcatel-Lucent](#), et Alexandre Assouad, concepteur de projets chez [FaberNovel](#).

[Comprendre les interfaces de programmation](#)