

# COMPÉTITION SOCIALE ET NOUVEAUX TROPHÉES 2.0

LE 5 JUIN 2010 ANTOINE ALLARD

Les "badges" fleurissent sur les réseaux sociaux, comme autant de petits trophées qu'il s'agit d'obtenir. Une façon d'encourager l'internaute à pratiquer le jeu social, et de le rétribuer symboliquement.



Foursquare a lancé la mode, Facebook la suit depuis quelques jours et voilà que le web social s'émoustille devant d'étranges petites vignettes, des badges qu'il convient d'*unlocker* consciencieusement. Autant de petits trophées que l'on accumule en intensifiant son activité sociale en ligne.

Ces bons points sont attribués suivant des critères bien précis : **l'application de Facebook** (non-officielle) les propose à tout utilisateur qui cumule plus de 250 amis, est tagué sur plus de 500 photos ou est l'auteur de 10 notes. Le réseau de géolocalisation Foursquare récompense quant à lui ses utilisateurs lorsqu'ils indiquent à leurs communautés l'endroit où ils se trouvent : *Player Please!* est par exemple offert aux membres qui *check-in* avec 3 personnes du sexe opposé et *School Night* est réservé à tous les ptits fêtards qui sortent après 3h du matin en semaine.

## Un jeu social vieux comme *l'Internet* (ou presque)...

Ces dispositifs reposent sur le jeu social qui peut s'apparenter à une course aux critères de notoriété. Le jeu social est un élément constitutif des réseaux sociaux. Mieux c'est une des clés de leurs succès. Pensés et construits autour de la notion d'autrui et des interactions que l'on peut nouer avec lui, **les réseaux sociaux ont toujours valorisé le *scoring social* de leurs membres.**

Véritable caution de la popularité d'un internaute, ce jeu social s'est vite implanté dans nos usages et se perpétue largement aujourd'hui. Tous autant que nous sommes, nous prêtons attention aux nombres de *followers* qu'a untel sur Twitter ou aux nombres de *friends* Facebook de notre nouvelle collègue. Avant même l'avènement de ces réseaux, nous nous exalions déjà lorsque Dorkut45 – administrateur de notre forum de prédilection qui enregistrerait pas moins de 45 322 posts au compteur – daignait nous répondre.

## ...auquel se greffe une compétition normalisée...

Avec ces nouveaux trophées, la compétition tacite dont nous étions tous un peu honteux s'institutionnalise. **Comme toute compétition officielle, elle répond à des règles précises et demande aux compétiteurs d'atteindre des objectifs quantifiables** : 250 friends, 500 photos, 3 sexes opposés... Et comme dans tout système de gratification, une hiérarchisation des récompenses s'est également instaurée : le badge *Newbiz* de Fousquare relève ainsi du lot d'encouragement alors que *I'm on boat* (le bien nommé) est un graal bien plus enviable.

## ...qui profite d'une émulation rentable...

Cette dérive d'une logique de jeu social tacite à celle d'une compétition structurée ne vise qu'à un seul objectif : créer l'émulation nécessaire pour encourager les utilisateurs à intensifier encore un peu plus leur activité sociale en ligne. Devenir des **ayatollahs du like** (sic) accomplis en somme. C'est un peu comme tous ces bons points que la maîtresse nous distribuait à l'école primaire ou – plus sérieusement – comme ces trophées et autres brevets de natation que nous accordons toujours à nos chères têtes blondes : **des récompenses institutionnalisées qui les aident à trouver leur place et à s'affirmer dans l'espace social à l'heure où ils se construisent en temps qu'individu.** Ces badges remplissent exactement la même fonction, ils nous aident à qualifier un individu en ligne et à

affirmer notre position dans la masse d'internautes. Répondant une fois de plus à ce besoin d'identification prégnant sur le web, ces nouvelles étiquettes viennent s'ajouter aux tags et autres listes pour qualifier l'autre.

### ...mais instaure une qualification partielle.

Reste que ces gratifications ne qualifient que l'activité sociale d'un individu et ne préfigurent en rien de la qualité de sa production de contenu ni de son influence potentielle. Au final, nous voilà face à **une armée de hauts gradés de la sociabilité bien comprise qui ont su se tailler une place « d'honneur » au sein de la communauté à grand frais de données personnelles**. Quid des critères affinitaires ? Ils restent en marge du dispositif. Pourtant, puisque que compétition il doit y avoir, autant la contextualiser sur des centres d'intérêt donnés... Mais ce serait oublier que dès la cour d'école, nous avons été habitués à nous intéresser avant tout aux signes extérieurs de popularité.

> Article initialement publié sur **Questions d'influence, le blog d'Ogilvy**

> Illustrations Nick Owen on Flickr

#### STEF

le 6 juin 2010 - 10:16 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*"Signes extérieurs de popularité", cela résume parfaitement le phénomène d'appauvrissement des commentaires. Les badges, i like bouton et autres RT, ne servent finalement qu'à indiquer son parcours de vie. Geolocalisation, dans le monde réel et weblocation sur la toile. Malheureusement, ce type de simplification d'éditeur d'emplacement, finisse par provoquer finalement un appauvrissement du contenu. Preuve si il en est, sur ce même billet 7 trackback twitter, 0 enrichissement du débat.*

...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

#### ANTOINE

le 7 juin 2010 - 10:40 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Tout à fait d'accord. Charles Leadbeater annonçait dès 2008 que nous étions désormais plus déterminés par notre capacité à partager plutôt que par celle de penser/produire. C'est la conséquence naturelle de l'épanouissement de l'économie de l'attention dans un écosystème de multiplication des productions de contenu.*

*Pour ce qui est du commentaire, il a tout de même une double fonction : il affirme un ranking social (le nombre de commentaires associés à un auteur/article) et concourt à enrichir le débat. C'est peut être bien la meilleure synthèse influence/pertinence... la plus belle des médailles donc ?*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

#### 2 pings

Les tweets qui mentionnent Compétition sociale et nouveaux trophées 2.0 » Article » owni.fr, digital journalism -- Topsy.com le 5 juin 2010 - 16:09

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Owni, Alexandre Ultré. Alexandre Ultré a dit: [veille] Compétition sociale et nouveaux trophées 2.0 <http://is.gd/cDD9b> [...]

Compétition sociale et nouveaux trophées 2.0 » Article » owni.fr ... | Information Mining R&D le 5 juin 2010 - 17:30

[...] original here: Compétition sociale et nouveaux trophées 2.0 » Article » owni.fr ... Share this [...]