



IDENTITÉS NUMÉRIQUES

Expressions et traçabilité

Sous la direction de
Jean-Paul Fourmentraux

Les Essentiels d'Hermès

CNRS ÉDITIONS

Identités numériques

Expressions et traçabilité

Jean-Paul Fourmentraux (dir.)

DOI : 10.4000/books.editions-cnrs.20352
Éditeur : CNRS Éditions
Année d'édition : 2015
Date de mise en ligne : 29 octobre 2019
Collection : Les essentiels d'Hermès
ISBN électronique : 9782271122117



<http://books.openedition.org>

Édition imprimée

ISBN : 9782271087027
Nombre de pages : 240

Référence électronique

FOURMENTRAUX, Jean-Paul (dir.). *Identités numériques : Expressions et traçabilité*. Nouvelle édition [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2015 (généré le 08 novembre 2019). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editions-cnrs/20352>>. ISBN : 9782271122117. DOI : 10.4000/books.editions-cnrs.20352.

© CNRS Éditions, 2015
Conditions d'utilisation :
<http://www.openedition.org/6540>

IDENTITÉS
NUMÉRIQUES
EXPRESSIONS ET TRAÇABILITÉ

Collection « Les Essentiels d'Hermès »

Directeur de la publication
Dominique Wolton

Responsable de la collection
Éric Letonturier

Secrétariat de rédaction
Émilie Silvoz

CNRS Éditions, Paris, 2015
ISBN : 978-2-271-08702-7
ISSN : 1967-3566

IDENTITÉS
NUMÉRIQUES
EXPRESSIONS ET TRAÇABILITÉ

Coordonné par
Jean-Paul Fourmentraux

Depuis maintenant vingt-cinq ans, la revue Hermès analyse la place centrale qu'occupe la communication dans nos sociétés, ses conséquences et ses mutations profondes, au-delà des représentations, des idéologies et des discours techniques, économiques et politiques. Inscrite dans le sillage de la revue, la collection « Les Essentiels d'Hermès » souhaite faciliter l'accès à cette recherche contemporaine.

En format poche, chaque ouvrage est construit autour d'un thème lié à la communication et propose de façon pédagogique un dossier offrant au lecteur :

- une introduction inédite qui dresse de façon synthétique un état de l'art en fournissant des points de repère et en montrant les enjeux soulevés par le thème ;
- une sélection de textes publiés dans la revue, réactualisés et retravaillés ;
- des articles inédits pour mieux approcher les différentes dimensions et cerner les évolutions et les questions qu'engage aujourd'hui le thème ;
- des outils qui aident à la compréhension des textes : glossaire et bibliographie sélective.

Sur la même architecture, la collection propose désormais des numéros originaux, reflétant les préoccupations et les orientations de la revue, sur des thèmes porteurs, émergents ou récurrents : la neutralité de l'internet, les réseaux, la propriété intellectuelle ou encore les utopies.

Le but est de donner envie au lecteur d'en savoir davantage et de rappeler qu'à l'ère numérique, le livre demeure un média incontournable pour comprendre le monde et contribuer à la diffusion du savoir et des connaissances.

Dominique Wolton
Directeur de la publication

www.cairn.info/revue-hermes-la-revue.htm
<http://irevues.inist.fr/hermes>
www.iscc.cnrs.fr

SOMMAIRE

<i>Présentation générale</i>	
<i>Identités et liaisons numériques</i>	9
Jean-Paul Fourmentraux	
<i>(Dé)jouer les identités numériques :</i>	
<i>Net art et médiactivisme</i>	25
<i>Encadré</i>	
<i>L'identité à l'ère des Digital Humanities</i>	33
Milad Doueïhi	
Entretien avec Jean-Paul Fourmentraux	
<i>Des techniques de soi ambivalentes</i>	53
Alexandre Coutant	
<i>Philosophie des sites de rencontres</i>	67
Marc Parmentier	
<i>Une figure du double numérique : l'avatar</i>	81
Frank Beau	
Entretien avec Oriane Deseilligny	

Identités numériques. Expressions et traçabilité

<i>L'identité comme stratégie relationnelle</i>	97
Dominique Cardon	
<i>Encadré</i>	
<i>Utilisation des réseaux socionumériques par les jeunes Européens</i>	
<i>Nouveaux résultats sur la vie privée, l'identité et les connexions sociales</i>	107
Sonia Livingstone, Giovanna Mascheroni et Maria Francesca Murru	
<i>Géolocalisation et incertitude</i>	127
Jacques Perriault	
<i>Encadré</i>	
<i>Du signe à la trace : l'information sur mesure</i>	133
Louise Merzeau	
<i>Authentification, identification et tiers de confiance . .</i>	151
Michel Arnaud	
<i>Économie de l'attention et vie privée</i>	171
Emmanuel Kessous et Bénédicte Rey	
<i>L'homme, un document comme les autres</i>	187
Olivier Ertzscheid	
<i>Bibliographie sélective</i>	205
<i>Glossaire</i>	207
<i>Les auteurs</i>	217
<i>Table des matières</i>	227

Présentation générale Identités et liaisons numériques

Jean-Paul Fourmentraux

Dans l'univers des médias, un engagement plus « expressiviste » se lit aujourd'hui à travers l'essor et la multiplication des dispositifs d'autoproduction ou de production de soi que constituent les sites personnels, les blogs et leurs technologies appareillées (**syndication*** et **tags***), ainsi que les réseaux sociaux d'échanges entre pairs et leurs pratiques associées (**podcasting***, **fansubbing***, **fanfilms***...). À l'heure où l'identité numérique semble être devenue une notion-clé pour le réseau Internet, ce volume des Essentiels d'Hermès propose – à partir de la relecture de textes issus des sciences de la communication et de l'anthropologie des techniques – de mettre en lumière les ressorts et dilemmes de la présence en ligne et de l'« être ensemble », ou autrement dit de la communication à l'ère numérique.

La question désormais cruciale de la « gestion » de l'identité numérique (de soi et des autres) y est prise en porte-à-faux : entre, d'un côté, l'invention par les

citoyens-internautes de nouvelles modalités d'expression et de revendications identitaires, individuelles et collectives, susceptibles de renforcer le lien social et l'existence démocratique (Cassili, 2010 ; Cardon et Granjon, 2010 ; Flichy, 2010 ; Fourmentraux, 2013 a et b) ; et, d'un autre, la propension toujours plus vive de contrôle des identités à des fins économiques et politiques, *via* la captation et la fidélisation des profils de consommateurs, toujours plus exposés aux offres de services et de biens dématérialisés ; quand il ne s'agit pas de finalités plus autoritaires et parfois même répressives de contrôle et de surveillance des comportements numériques jugés délinquants ou déviants (Arnaud et Merzeau 2009 ; Rey, 2012 ; Coutant et Stenger, 2014 ; Chardel, 2014). À cet égard, l'espace utopiste qui a marqué les débuts de l'histoire du réseau – en faveur de la liberté d'expression et de circulation des idées et des identités, lorsque la revendication d'anonymat et l'usage d'**avatars*** étaient des principes non discriminants de l'être en ligne – semblent mis à mal. Comment maîtriser ses identités numériques ? Peut-on être personne sur le réseau ? Peut-on effacer ses traces ? Que faire de tous nos mots de passe ? Que deviennent nos identifiants ?

Ces questionnements et enjeux très actuels, dans le sillage des numéros 53 et 59 de la revue *Hermès*, trouvent des résonnances réflexives et des visées analytiques rétrospectives dans les travaux des différents

chercheurs ici réunis, qui éclairent tantôt les potentialités d'émancipation et les vertus démocratiques du réseau Internet d'où émergent des pratiques de redéploiement du bien commun, tantôt le développement concomitant de nombreux instruments de mesure, de contrôle et d'assujettissement de l'internaute et de ses libertés individuelles et collectives.

Définir et qualifier l'identité numérique

Le livre s'ouvre sur un entretien avec Milad Doueïhi, philologue et historien des idées, défenseur des **humanités numériques***, qui nous invite, au-delà de l'intérêt qu'il porte aux modes de régulation de l'identité numérique, à ne jamais perdre de vue le droit à l'oubli, qui est une valeur et une capacité humaine encore largement incompatible avec les attributs de l'algorithme et de la machine informatique.

Suit une première série de contributions qui mettent en lumière les dynamiques de l'identité numérique, en tant que stratégies relationnelles (Cardon, Livingstone *et al.*) et « techniques de soi » ambivalentes (Coutant) sur les sites de rencontre amoureuse (Parmentier) ou comme avatars et doubles

numériques dans l'univers virtuel des jeux en ligne (Beau et Deseilligny).

Dominique Cardon (2010) nous invite par exemple à mieux saisir comment les internautes, très attentifs à leur identité numérique et au respect de leur vie privée dans le Web 2.0. Tout en se montrant plus soucieux des risques de contrôle, de détournement et d'exploitation commerciale des données personnelles qu'ils laissent sur le Net, ils n'en sont pas moins largement « impudiques » dans leurs pratiques d'exposition d'eux-mêmes sur les réseaux sociaux et les blogs. Son article éclaire en effet le décalage paradoxal qui persiste entre les déclarations souvent critiques et méfiantes des internautes concernant leur « *privacy** » (vie privée) et les pratiques effectives qu'ils déploient sur le réseau, montrant bien que la tendance à l'« expressivisme » n'est pas près de s'éteindre. C'est sans doute parce que les ressorts psychologiques, sociaux et politiques de l'identité numérique sont plus complexes qu'il faut s'intéresser aux tactiques des internautes, quand ces derniers composent et déjouent plus souvent et plus habilement qu'on ne le dit les déterminismes et les stratégies commerciales des plateformes du Web 2.0 : ils ne dévoilent qu'une identité en clair-obscur, en masquant ce qui constitue leur véritable intimité pour n'afficher que ce qui est susceptible d'accroître leurs relations et liaisons numériques. Pseudonymes, avatars, identités multiples constituent autant d'outils

et de ruses que les internautes manipulent et qui forment une nouvelle compétence dans la gestion de leur visibilité.

De ce point de vue, l'exposition de soi ne signifie peut-être pas un renoncement au contrôle de son image, l'identité numérique étant moins un dévoilement qu'une projection de soi. Le texte de Marc Parmentier est à cet égard éloquent : il nous montre combien à l'ère d'Internet et des réseaux sociaux, la rencontre amoureuse est prise entre les stratégies de captation et d'enrôlement déployées par les plateformes commerciales du Web 2.0, et entre les jeux de rôles que les internautes inventent pour amplifier « l'attrait du possible », où la séduction numérique reste le jeu de déclinaisons d'un « moi » multiple et d'un autrui toujours en grande partie fantasmé. Derrière le paravent de l'anonymat ou à l'abri de son pseudo, tout serait-il donc permis ? Ce n'est pas si sûr. Mais la frontière entre jeu et sérieux est en effet flottante, invisible, insaisissable. Comme nous l'indique très justement Dominique Cardon, on sous-estime trop souvent le caractère profondément subjectif des « informations » personnelles produites par les usagers sur eux-mêmes : car « loin d'être composé de données objectives, attestées, vérifiables et calculables, le patchwork désordonné et proliférant de signes identitaires exposé sur les réseaux sociaux est tissé de jeux, de parodies, de pastiches, d'allusions et d'exagérations ».

Plongés dans l'univers des jeux vidéo et des plateformes virtuelles, Franck Beau et Oriane Deseilligny nous montrent également combien la notion d'avatar est distincte de celle d'identité numérique, car elle concerne le façonnage d'une présence spécifique aux médias en réseau, à l'intérieur desquels peuvent se retrouver aussi bien des éléments définissant pour partie une identité réelle que des éléments « fictifs ». On retrouve aussi cette dimension « narrative » de l'identité numérique dans les textes de Sonia Livingstone *et al.* et de Marc Parmentier qui éclairent la manière dont, sur les sites de rencontres adolescentes et/ou amoureuses, l'image donnée de soi ne vise pas, ou pas seulement, l'authenticité ou la sincérité : l'identité numérique y fait au contraire l'objet d'une construction (voire d'un « bricolage »), tenant compte de l'effet de séduction à exercer sur l'autre.

Une seconde série de contributions s'attache néanmoins aux effets et « dangers » de ces réseaux et applications numériques pour la vie privée. À différents niveaux : économique d'abord, par la mise en relief de l'identité numérique comme nouvelle ressource pour des entreprises qui brouillent les frontières de la vie privée (Coutant, Kessous et Rey) ; juridique ou pénal ensuite, par l'interrogation des instruments de mesure et de contrôle qui se multiplient et exploitent massivement les traces et les signes laissés par l'identité numérique (Arnaud, Merzeau, Ertzscheid). Car tout

en renforçant les épreuves d'identification et d'authentification, voire de (géo)localisation, ces instruments brouillent aussi les mécanismes conventionnels de la confiance ou de la crédibilité, les rendant paradoxalement plus incertains (Livingstone *et al.*, Perriault).

En empruntant aux théories de Michel Foucault (2001) et de Gilbert Simondon (1969), le texte d'Alexandre Coutant pose qu'à l'instar des machines de l'époque moderne, le Web 2.0 et les réseaux sociaux sont peut-être moins des techniques d'émancipation de soi que des « instruments de flatterie » assortis d'une perte de contrôle de la dynamique identitaire. Comme le montre également le texte d'Emmanuel Kessous et Bénédicte Rey, les internautes y poursuivent moins la stabilisation et la pérennisation d'une image d'eux-mêmes, que la participation continue à un flux d'échange caractéristique de l'**économie de l'attention*** (Kessous, 2012). La logique du flux continu et la vitesse des échanges sur les réseaux socio-numériques noient les internautes qui abandonnent aux plateformes de l'industrie du Web 2.0 la gestion de leur identité numérique. Or, ces dernières n'ont pour intérêt que la traçabilité (ou la collection de traces re-documentarisées nous dit Louise Merzeau) à des fins de marketing publicitaire.

C'est peut-être là un effet pervers de l'« économie de l'attention », d'instaurer le contact avant le contenu : l'attention (et non plus l'information)

devenant le seul « bien rare » et précieux d'abondance informationnelle. Les dilemmes et dérives de cette socio-numérisation sont bien mis en perspective dans le texte d'Olivier Ertzschied polémiquement intitulé : « L'homme un document comme les autres ». L'indexation massive et la supervision des données personnelles par quelques sociétés marchandes (Google en tête) ont transformé non seulement notre rapport à l'information et à la connaissance, mais ont fait aussi de l'individu une cible et un produit publicitaire. Car à l'ère des *big data**, l'obsession du maintien de l'attention devient aussi le prétexte marchand de la mise en place d'un catalogue global des individualités humaines – dont le libre accès ne doit pas faire oublier, comme le dit l'adage, que « si c'est gratuit, c'est parce que vous êtes le produit ». L'identité numérique, appliquée autant aux traces qu'aux profils et aux applications utilisées par les internautes, permet de conserver l'activité sociale des individus pour mieux monétiser l'ensemble au travers de l'offre publicitaire.

En contrepoint, le texte de Michel Arnaud dévoile les enjeux de l'identification et de l'authentification de ces traces et éclaire comment des organisations juridiques et éthiques – qu'il nomme des « tiers de confiance » – se sont engagées dans la sauvegarde et la protection de ces données. Mais si l'anonymisation et la pseudonymisation constituent des ressources précieuses, leurs effets paraissent néanmoins limités.

La (re)négociation des identités numériques

Au premier abord, il peut donc paraître problématique de définir et de qualifier l'identité numérique tant elle semble recouvrir des enjeux multiples et interdisciplinaires. Souvent déclinées au pluriel, les identités numériques renvoient en effet à des formes variées de désignation, d'attribution et d'expression, qui mettent en jeu et bousculent toutes les définitions de l'identité humaine : juridiques, éthiques, sociales et techniques, économiques et industrielles, mais aussi relationnelles et psychologiques. L'enjeu de ce volume est moins de rechercher et trouver une définition qui serait consensuelle, que d'éclairer au contraire la pluralité des formes d'activités et de relations que ce vocable et cette idée d'identité numérique rendent possible sur les réseaux socionumériques.

Il s'agit en effet de mieux comprendre et de mettre en perspective les mécanismes, à la fois contraints et négociés, de gestion de nos identités numériques :

– une identité aux prises avec des images de soi que l'on compose autant qu'elles nous sont renvoyées et transformées par d'autres selon des modes de circulation en partie imprévisibles (Cardon, Beau et Desseilligny) ;

– une identité constituée de traces multiples, emmagasinées par les réseaux, qui prolifèrent sur la Toile (traces, signatures, empreintes issues de nos cartes à puce, des courriels, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux, de la téléphonie, etc.). Ces « données personnelles » accentuent le caractère indexable de l'être humain et posent la question de savoir si l'homme deviendrait, ou non, un document comme les autres (Ertzscheid, Kessous et Rey) ;

– une identité captée par des algorithmes de calcul qui engendrent des formes spécifiques d'indexation de l'individualité dans des moteurs de recherche et posent à nouveaux frais la question de l'information sur mesure et de la pertinence des profils humains (Merzeau, Perriault) ;

– une identité négociée, aussi, avec de nombreux outils et dispositifs de présence ou de présentation de soi qui promeuvent des formes inédites de lien social et de communication inter-humaine médiée, à l'instar des figures de l'avatar, de l'**extimité*** et de l'e-réputation, qui déjouent les frontières de l'information publique, privée ou intime. Des figures qui s'offrent aussi comme des instruments d'une résistance possible aux excès de la documentation identitaire, de la visibilité et/ou de la transparence de soi (Beau et Deseilligny, Cardon, Kessous et Rey, Doueihy) ;

– une négociation, enfin, avec le monde virtuel qui cristallise nombre d'espoirs, de craintes, de

fantasmes relatifs à la marche de l'innovation technologique. Nos identités numériques figurant autant d'extensions et de doubles de soi, que l'on va pouvoir incarner et dont on va pouvoir se parer pour conquérir de nouvelles relations, rencontres et liaisons numériques (Cardon, Beau et Deseilligny, Arnaud).

Les figures et fonctions de nos identités numériques apparaissent donc comme très paradoxales : d'un côté, nos usages du monde numérique, et plus particulièrement de l'Internet, créent des traces qui constituent la source de services que les utilisateurs contribuent à personnaliser eux-mêmes. Échangeant leurs favoris, leurs photos, leurs informations de toutes sortes, les utilisateurs révèlent leurs préférences et renforcent l'utilité du service qu'ils sont en train d'utiliser (Kessous et Rey, Ertzscheid). D'un autre côté, l'exposition de soi ne signifie pas un renoncement au contrôle de son image (Livingstone *et al.*, Parmentier, Cardon). Elle témoigne, au contraire, d'une volonté que l'on pourrait presque dire stratégique de gérer et d'agir sur les autres en affichant et en masquant certains traits de son identité (Georges, 2010). Il s'agit alors de prendre soin de son identité (au sens des tactiques du *Care**), car au-delà de la défense de la vie privée (*privacy*), il en va aussi de l'auto-réflexivité (Coutant) comme de la mémoire et de l'oubli de ce qui nous relie (Cardon, Doueihy).

La réussite des plateformes relationnelles du Web 2.0 doit en effet beaucoup au fait que les personnes prennent des risques avec leur identité en rendant publiques des informations sur elles-mêmes (Cardon). Mais leur succès est également dû à la création possible et inattendue de doubles imaginaires, qu'illustre l'adoption massive des avatars comme mode opératoire d'une identité masquée, jouée et déjouée, confortant moins l'adhésion unificatrice et normalisante que l'invention et diversion imaginaire.

Désormais, la gestion de nos identités numériques, enjeu stratégique pour les États comme pour les entreprises, engage aussi les internautes dans des activités partagées et négociées de présentation d'eux-mêmes. Les identités numériques constituent à ce titre des objets de recherche heuristiques à la croisée des nouvelles humanités numériques et des sciences de l'information et de la communication. Indissociablement techniques, sociales et politiques, elles nous forcent à reconsidérer les formes de production et de circulation de l'information et de la communication (Maigret et Macé 2005 ; Jenkins, 2006). L'enjeu est de mieux entrevoir les ressorts et tensions de ces identités individuelles et automatiques, malléables et opératoires, qui sont gérées, traitées, appréhendées, individuellement et collectivement, tant par les internautes que par les acteurs techniques et industriels.

À l'arrière-plan de l'engouement contemporain pour les réseaux socionumériques, se jouent en effet des stratégies offensives et des tactiques défensives largement méconnues (Certeau, 1990). L'exploitation et l'expression identitaires mobilisent différents supports et outils dont il est important d'étudier les contraintes et les effets. Ces stratégies et tactiques se jouent à la frontière de différents mondes et sur plusieurs scènes dont il convient également d'observer s'ils s'accordent ou s'affrontent pour imposer ou défendre des valeurs hétérogènes. Instrument de marchandisation et d'indexation croissante du facteur humain, la gestion des identités numériques n'en reste pas moins parée de « vertus sociales » : tout en nous exposant au profilage, la personnalisation nous rend aussi actifs, plus aptes à redéfinir l'identité comme une collection de traces (stock et flux, contenus et relations) que nous devons apprendre à protéger, mais aussi à administrer (Merzeau).

L'art contemporain numérique, dont nous allons éclairer quelques actions ci-après, a également pris comme objet théorique et pour moteur créatif ces importants dilemmes des identités numériques favorisant simultanément des dispositifs de contrôle et des vecteurs d'émancipation sociale (Fourmentraux, 2010 ; 2013 a et b). Si l'art est bien un radar susceptible de nous aider à mieux comprendre les médias, comme le disait Marshall McLuhan dans son essai

fondateur (1977), sa pratique joue également le rôle d'antidote ou de contre-pouvoir à l'instar du Net art qui a su s'emparer des technologies de soi et questionner les cultures numériques naissantes.

Références bibliographiques

ARNAUD, Michel et MERZEAU, Louise (dir.), *Hermès*, n° 53, *Traçabilité et réseaux*, 2009.

CARDON, Dominique et GRANJON, Fabien, *Médiactivistes*, Paris, Presses de SciencesPo, 2010.

CARDON, Dominique, *La démocratie Internet*, Paris, Seuil, coll. « La République des idées », 2010.

CASSILI, Antonio, *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?*, Paris, Seuil, 2010.

CERTEAU (DE), Michel, *L'invention du quotidien. Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990.

CHARDEL, Pierre-Antoine, *Politiques sécuritaires et surveillance numérique*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2014.

COUTANT, Alexandre et STENGER, Thomas (dir.), *Identités numériques*, Paris, L'Harmattan, 2014.

FLICHY, Patrice, *Le sacre de l'amateur*, Paris, Seuil, coll. « La République des idées », 2010.

FOUCAULT, Michel, *Dits et écrits. Tome 2 : 1976-1988*, Paris, Gallimard, 2001.

FOURMENTRAUX, Jean-Paul, *Art et Internet. Les nouvelles figures de la création*, Paris, CNRS Éditions, coll. « CNRS Communication », 2010 (2005).

- FOURMENTRAUX, Jean-Paul, *Art et Science*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2013(a).
- FOURMENTRAUX, Jean-Paul, *L'œuvre virale. Net art et culture Hacker*, Bruxelles, La Lettre Volée, 2013(b).
- GEORGES, Fanny, *Identités virtuelles : les profils utilisateur du Web 2.0*, Paris, Questions théoriques, 2010.
- JENKINS, Henry, *Convergence Culture*, New York, New York University Press, 2006.
- KESSOUS, Emmanuel, *L'attention au monde. Sociologie des données personnelles à l'ère numérique*, Paris, Armand Colin, 2012.
- MAIGRET, Éric et MACÉ, Éric, *Penser les médiacultures*, Paris, Inal Arman Colin, 2005.
- MCLUHAN, Marshal, *Pour comprendre les Médias*, Paris, Seuil, 1977.
- REY, Bénédicte, *La privacy à l'ère du numérique*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2012.
- SIMONDON, Georges, *Du mode d'existence des objets techniques*, Paris, Aubier, 1969.
- STENGER, Thomas et COUTANT, Alexandre (dir.), *Hermès*, n° 59, *Ces réseaux numériques dits sociaux*, 2011.

(Dé)jouer les identités numériques : Net art et médiactivisme

Apparu dans le courant des années 1990, bien avant le développement des « **Wiki*** » ou des blogs – hâtivement désignés comme les premières technologies participatives – le Net art guide et préfigure nos technologies et usages médiatiques à travers la mise en abîme d'une ambivalence de la relation au réseau Internet, tantôt intime et terriblement solitaire, vécue comme un retrait du monde réel, tantôt plus collective et communautaire, à mesure que se développent de nouvelles interfaces de dialogue. Pour ces artistes, Internet matérialise un espace en clair-obscur, tout à la fois intime et **extime*** (Cardon, 2010), qu'ils occupent et dans lequel ils déploient simultanément des œuvres interactives, des tactiques de communication en réseau et de nouvelles formes de vie en ligne¹.

1. Voir le site de la galerie TELEPORTACIA (art.teleportacia.org) à l'initiative d'Olia Lialina, 1998. Voir aussi les web-ateliers en ligne créés entre 1995 et aujourd'hui par Mathieu Laurette (www.laurette.net), Valéry Grancher (www.nomemory.org), Fred Forest (www.fredforest.com), Antoine Schmitt (antoineschmitt.com), Claude Closky (www.closky.info).

Utilisant toutes les fonctionnalités d'Internet – le Web, la *homepage*, les blogs, *mailings list* et forums de discussion, mais aussi les réseaux sociaux, le courriel, le *chat* – le Net art donne ainsi forme à des créations collectives qui questionnent l'identité numérique et constituent les cadres de sociabilités renouvelées².

Ce n'est pas un hasard si le Net art s'est développé massivement et cela dès son apparition en Russie et dans les pays de l'ex-Europe de l'Est où Oliana Lialina et Alexei Shulgin (Russie) et Vuk Cosic³ (Slovénie) développent leurs premiers projets dès 1996. L'identité et la figure du **hacker**^{*4} révélant les implications sociales du réseau – notamment des technologies de repérage et de censure de l'information sur Internet – irrigue de nombreuses œuvres de Netart : à l'instar

2. Cf. dès 1995 [La lettre] d'Antoine Moreau (am@antoinemoreau.org), *Pour infos/l'actualité du monde de l'art* de Xavier Cahen (cahen.x@levels9.com), *Olala Paris*, de Georges Victor (Antoine Schmitt) (olalaParis@ml.free.fr), *Nettime.fr*, de Nathalie Magnan (natmagnan@altern.org) (nettime-fr@samizdat.net), *Rhizome* (netartnews@rhizome.org). Et depuis 1997 *Leonardo on line* sur le site du Massachusetts Institute of Technology (MIT), *Archée* (archee.qc.ca) au Canada, *Synesthésie* (www.synesthesie.com), *Panoplie* (www.panoplie.org) en France.

3. Vuk Cosic est co-fondateur des listes de diffusion Nettime, Syndicate, 7-11 et du Ljubljana Digital Media Lab.

4. Pour un premier manifeste du Net art « hacktiviste » voir Joachim Blank : (www.irational.org/cern/Netart.txt). Voir aussi Éric S. Raymond, Comment devenir un Hacker, (www.erwan-home.org/web/hacker.php#principe1).

des Yes Men⁵ ou des collectifs Etoy⁶ et Rtmark qui revendiquent l'anonymat et mettent en œuvre un brouillage des données et des marqueurs identitaires au profit de la liberté d'expression. Centrés sur les coulisses de l'Internet, d'autres créateurs du Net art ont imaginé des navigateurs et des moteurs de recherche subversifs, dont le *Shredder*⁷ de Mark Napier et *Netomat* de Maciej Winiewski sont des figures emblématiques. Le *Trace Noiser*⁸ défend également un mode de production artistique basé sur le développement en open-source d'applications et d'outils informatiques détournés de leurs usages. Ce générateur de clones informationnels croise les fonctionnalités du moteur de recherche et des outils statistiques d'indexation et de traçage des réseaux de liens sur le Net. L'œuvre génère de fausses pages perso et les dissémine sur le réseau pour brouiller l'identité des participants. L'internaute est invité à saisir dans le *Trace noiser* son identifiant (nom et prénom) à partir duquel sera créée sa propre page Web. Ce dispositif dessine en effet un portrait intime de l'internaute à partir du

5. Cf. RTMARK, (www.rtmark.com) et The YES MEN (www.theyesmen.org).

6. Cf. Etoy Corporation (www.etoym.com).

7. Cf. Mark Napier, *Shredder*, (<http://potatoland.org/shredder/welcome.html>) et *About the shredder*, (<<http://potatoland.org/shredder/about.html>>).

8. À l'initiative du groupe LAN, mêlant des artistes et des professionnels du design. Cf. www.tracenoizer.org : *Disinformation on demand*.

glanage et du réagencement alternatif des traces le concernant retrouvées sur le réseau. D'autres dispositifs de distorsion des contenus et des outils de l'Internet adoptent une visée plus politique. L'œuvre collective⁹ *Carnivore*, promue au festival Ars Electronica, est une version détournée du logiciel DCS1000 employé par le FBI pour développer l'écoute électronique sur le réseau. Ces œuvres Net art brouillent les pistes, mêlent le vrai au faux et rendent de ce fait difficile d'apprécier la (dés)information. Il en résulte des identités numériques fragmentées qui placent l'internaute dans l'entre deux algorithmique des traces informatiques glanées sur le Web et de celles générées par le *Trace Noizer*, continuellement découpées et altérées dans leur affichage et leur organisation.

**Identités « collectives » numériques :
esthétique des réseaux sociaux**

À l'ère du Web 2.0, l'artiste français Christophe Bruno incarne le renouveau de cette figure du hacker en « s'attaquant » aux outils de marquage identitaire et aux rituels du Web collaboratif. Il baptise une première série d'œuvres les « Google Hack » : des dispositifs artistiques et programmes informatiques détournant Google de ses fonctions utilitaires tout en en révélant les dimensions contraignantes et cachées. Selon

9. Cf. <<http://www.rhizome.org/carnivore>> créé par le RSG : un collectif international qui associe informaticiens et artistes.

l'artiste, Internet est devenu un outil de profilage et de contrôle inégalé dont la dynamique économique repose sur l'analyse et la prédiction de tendances à l'aide de logiciels de traçage de la vie privée des goûts et des identités sur la Toile. Pour révéler ces déterminismes, il intitule *Human Browser, le Navigateur Humain* une série de performances Internet sans-fil (Wi-Fi) dans l'espace physique. Grâce à son casque audio, un comédien entend une voix de synthèse qui lit un flux textuel provenant de l'Internet en temps réel. Le comédien interprète le texte qu'il entend. Ce flux textuel est capté par un programme (installé sur un portable Wi-Fi) qui détourne Google de ses fonctions utilitaires. En fonction du contexte dans lequel se trouve l'acteur, des mots-clés sont envoyés au programme (grâce à un PDA Wi-Fi) et utilisés comme input dans Google, de sorte que le flux textuel est toujours lié au contexte.

Plusieurs artistes du Net art ont inventé des identités fictives dont ils partagent le devenir en ligne : à l'instar de Mouchette¹⁰ qui a instauré la forme du journal extime, désormais éditorialisé et partagé en quasi-direct sur le Web¹¹. À l'instar également d'Albertine Meunier dont l'identité est construite par l'accumulation des traces conservées dans l'historique de navigation de l'artiste

10. Cf. *Mouchette* <<http://www.mouchette.org>>.

11. Voir Jenni, *JenniCam*, (www.jennicam.org), Voog, Anna Clara, *Anacam* (www.anacam.com) et Merritt, Natacha. *Digital diaries* (www.digital-diaries.com), Agnès de Cayeux, *In my room*, (agnesdecayeux.fr).

sur le moteur de recherche Google¹². Au cours de l'année 2009, deux autres initiatives – *Seppukko* et *The Web 2.0 Suicide Machine* – ont proposé deux services d'assistance au suicide des identités numériques d'utilisateurs des réseaux sociaux bien connus – *Facebook*, *Myspace*, *LinkedIn* – ce qui leur a valu une importante campagne d'intimidation et de menaces de poursuites¹³.

Aujourd'hui, certains artistes font le choix de fuir délibérément ce qu'est devenu Internet pour déployer leurs projets Net art hors du réseau : à l'instar des projets *Dead Drops* de l'artiste Aram Bartholl et *Newstweek* de Julian Oliver, tous deux fondateurs du collectif Free art qui investit l'espace public de la rue en y déployant des œuvres *off-line*, qui, parce qu'elles sont déconnectées d'Internet, parviennent à déjouer toutes velléités autoritaires de contrôle et de traçage des données partagées entre artistes et publics¹⁴. Des signes de géolocalisation numérique, des

12. Le livre, *My Google search History*, crée un portrait de l'identité d'artiste d'Albertine Meunier à partir des données de trois années de recherches : www.albertinemeunier.net/google_search_history

13. Voir www.lesliensinvisibles.org, www.seppukoo.com, <<http://suicidemachine.org>>.

14. Cf. Collectif Microtruc, (www.microtruc.net ; Caroline Delieutraz, Julien Levesque et Albertine Meunier), Aram Bartholl, <<http://datenform.de/>> et notamment ses interventions dans l'espace public : Map, <<http://datenform.de/map.html>> (2006-2013), Dead Drops, <<http://deaddrops.com/>> (2010-2012). Voir aussi les projets de Julian Oliver, <<http://julianoliver.com/>>, tels que Newstweek, <<http://newstweek.com/>>, réalisé avec Danja Vasiliev (2012).

support de stockage, des flux d'informations, des ondes communicationnelles sont ainsi extraites et libérées du réseau Internet, pour amplifier et peut-être même raviver parfois des occasions de partage et de communication qui avaient pu être supplantées et quelque peu anesthésiées par l'usage massif des seuls réseaux numériques. C'est le cas aussi du projet *Hype(r) Olds* initié par Albertine Meunier (a.k.a) qui propose des ateliers de création Net art à destination d'une population – *a priori* indemne de toute culture numérique – de femmes de plus de soixante-dix-sept ans¹⁵.

Par-delà l'opposition traditionnelle de la grande culture et des médias de masse (Maigret et Macé, 2005), le Net art conjugue ainsi la pratique médiatique et l'expérience esthétique (Dewey, 2005 ; Rancière 2008 ; Souriau, 2009), et de nouvelles identités numériques, individuelles et collectives. Mais le travail artistique à l'ère d'Internet associe également cette autoproduction à des formes inédites de communication médiatique et politique. À l'écart des institutions médiatiques et des modes de diffusion et de réception de l'art contemporain, les Net artistes et internautes amateurs ont tiré parti de la démocratisation de l'informatique connectée et ont promu des liaisons numériques souvent originales. Ces

15. Les ateliers *Hype(r) Olds*, (www.hyperolds.com) imaginés par l'artiste Albertine meunier (www.albertinemeunier.net) se sont multipliés dans plusieurs villes de France à l'initiative d'autres artistes tels que Julien Lévêque (www.julienlevesque.net) ou Caroline Delieutraz, <<http://delieutraz.net/>>.

modes d'occupation du réseau, les stratégies médiatiques et les dispositifs de détournements artistiques autoproduits contribuent à l'émergence d'un monde de l'art en même temps qu'ils constituent un vecteur de défense de la diversité culturelle à l'ère d'Internet. Ce faisant, plutôt que de laisser croire aux internautes qu'ils sont eux aussi des artistes, ces œuvres Net art leur permettent de développer une réflexion et un regard critique sur les évolutions du réseau.

J.-P. F.

Références bibliographiques

CARDON, Dominique, *La démocratie Internet*, Paris, Seuil, coll. « La République des idées », 2010.

DEWEY, John, *L'art comme expérience*, Publications de l'Université de Pau, Éditions Farrago, 2005.

FOURMENTRAUX, Jean-Paul, *Art et Internet. Les nouvelles figures de la création*, Paris, CNRS Éditions, coll. « CNRS Communication », 2010 (2005).

FOURMENTRAUX, Jean-Paul, *L'œuvre virale. Net art et culture Hacker*, Bruxelles, La Lettre Volée, 2013.

MAIGRET, Éric et MACÉ, Éric, *Penser les médiacultures*, Paris, Inal Arman Colin, 2005.

RANCIÈRE, Jacques, *Le spectateur émancipé*, Paris, La Fabrique Éditions, 2008.

SOURIAU, Étienne, *Les différents modes d'existence*. Suivi de *L'œuvre à faire*, Paris, PUF, 2009.

L'identité à l'ère des *Digital Humanities*

Milad Doueïhi

*Entretien avec Jean-Paul Fourmentraux,
Paris, le 7 juillet 2014*

Pour moi, l'oubli numérique est l'un des grands enjeux dans lequel on peut saisir l'importance du retour de l'humain. Aujourd'hui, il est quasiment impossible d'apprendre à un robot à oublier car l'oubli est considéré comme une faille technique. Pourtant, Nietzsche disait que l'homme sans l'oubli devient un monstre.

M. D.

Jean-Paul Fourmentraux : *Pour débiter cet entretien, je voudrais demander au philologue et historien des religions que vous êtes quelle importance vous accordez à la notion d'identité ?*

Milad Doueïhi : Dans le cadre de mes travaux et études sur la culture numérique, la notion

d'identité est essentielle, surtout lorsqu'on la rapporte à l'évolution de notre environnement numérique. Lorsqu'avec d'autres chercheurs nous avons commencé à travailler sur les cultures numériques, nous avons d'abord célébré la disparition des frontières, une certaine forme de liberté, ou de **sérendipité***. À cette époque, la question de l'identité numérique ne se posait pas du tout de la même façon. Aujourd'hui, cette notion renvoie davantage au problème de la gestion des identités au travers des grandes plateformes numériques. La gestion des profils utilisateurs par exemple : on pensera au mouvement qui insiste sur la nécessité d'éviter l'anonymat ou le pseudo-anonymat afin d'imposer une certaine similarité ou ressemblance entre la soi-disant identité classique et l'identité numérique. Alors que les premières études sur l'identité numérique mettaient davantage l'accent sur la dimension polyphonique et libre de l'identité, aujourd'hui les débats se tournent vers les dilemmes du formatage et de la traçabilité des identités, questions qui n'étaient pas aussi vives à l'époque, il y a une dizaine d'années.

J.-P. F. : Pouvez-vous préciser ce que vous entendez par cette distinction entre identité traditionnelle et identité numérique ? Qu'est-ce qui selon vous caractérise plus précisément l'identité numérique ?

M. D. : L'identité traditionnelle a certes toujours été plurielle, nous avons tous des variations ou des variances dans nos identités, mais nous avons préféré insister sur l'identité numérique comme introduisant une vraie différence. Aujourd'hui, on retrouve des problématiques et des façons d'être sur le réseau qui se rapprochent plutôt de l'acte de présence. Ou même, pour utiliser un mot moins élégant, de la « présentification » qui est façonnée par les plateformes que ce soit par le biais du profil ou par l'historique. Ce dernier est en quelque sorte l'agrégat de notre histoire sur le réseau, il revient et devient un élément déterminant à la fois dans la gestion des modèles de la recommandation ou de la réputation, mais surtout de l'évaluation, si j'ose dire de la crédibilité et parfois même de la fiabilité de l'identité numérique.

J.-P. F. : *On distingue en effet souvent deux angles lorsqu'on aborde la question de l'identité numérique. D'abord l'angle de la traçabilité et des traces numériques, qui pose le problème de la protection de la vie privée et des données personnelles notamment, et plus largement la question de la mémoire numérique. Ensuite l'angle de ce que l'on appelle les « technologies de soi » qui renvoie davantage à l'idée d'auto-construction de cette identité numérique, qui ouvre cette fois des possibilités inédites de maîtrise de son image, de construction d'une réputation, mais aussi plus largement de construction d'un*

réseau de sociabilité lié à la dimension « collective » de l'identité à l'ère numérique. Pouvez-vous revenir sur ces deux dimensions ?

M. D. : Oui. La dimension collective est plus aiguë aujourd'hui, car l'on est en train de passer – c'est en tout cas mon hypothèse – d'une présence qui était associée aux moteurs de recherche (dont on parle encore au pluriel, alors que l'on a affaire en réalité à un seul moteur de recherche – Google) à ce qui est en train de devenir en grande partie un « moteur de recommandation ». Or, avec la recommandation, la dimension identitaire et sa pertinence sont désormais plus étroitement indexées à l'historique de navigation et à l'évaluation algorithmique de l'identité numérique. Par conséquent, on assiste aujourd'hui à une mutation tout à fait déterminante dans la construction de l'identité numérique, par le biais de ce que l'on a choisi d'appeler le social. Or, ce social est de plus en plus ancré dans la traçabilité, en tout cas beaucoup plus qu'auparavant. Lorsque j'ai écrit *La grande conversion numérique* (2008), le débat tournait autour des modalités de « *single sign on** » qui est aujourd'hui devenu un modèle de délégation de l'autonomie de l'identité numérique. C'est ce décalage entre deux époques du numérique qui rend de plus en plus visible le dilemme de la construction *versus* la réputation numérique.

J.-P. F. : *Cette exploitation des données permet-elle un enrichissement de l'identité numérique, ou au contraire tend-elle vers sa normalisation et son appauvrissement ?*

M. D. : Nous avons l'impression d'une richesse d'accès, alors que lorsqu'on y regarde de plus près, nous sommes face à une pauvreté de choix. C'est-à-dire que nous avons l'impression de pouvoir démultiplier sa présence sur plusieurs réseaux, alors que nous nous retrouvons en réalité dans un écosystème dominé par quatre ou cinq grandes entreprises. L'identité et la sociabilité numériques sont extrêmement contraintes par ces quelques plateformes – *Google, Facebook, Twitter* – qui formatent beaucoup les possibilités : il s'agit comme on le dit en anglais de quelques « *closed gardens* » très peu compatibles entre eux.

J.-P. F. : *Du point de vue des sciences de l'information et de la communication, du point de vue de l'identité, mais aussi de l'écrit et de la mémoire, certains chercheurs avaient proposé de distinguer d'un côté ce qui est visible, c'est-à-dire l'affichage, comme document sur lequel on peut avoir une relative maîtrise (l'internaute, en tant qu'individu, construit son identité numérique), et d'un autre côté l'inscription, comme donnée, c'est-à-dire tout ce qui reste sur des serveurs, des disques durs, etc., dont on perd de fait la maîtrise, puisque ces données*

*deviennent la propriété des plateformes numériques.
Cette distinction tend-elle à se radicaliser ?*

M. D. : Pour ma part, je préférerais parler de « fragments de personnalité », car avec le passage vers le *cloud computing**, de moins en moins de données nous appartiennent, qu'il s'agisse des fichiers, des documents ou des dossiers qui étaient auparavant stockés sur nos disques durs. Mais notre identité elle-même est en partie passée du côté du *cloud**. Or, dans ce passage, la gestion de cette identité et présence numérique a été déléguée aux fournisseurs du réseau de *cloud computing*. Il se trouve que ces fournisseurs sont les mêmes que ceux qui ont produit les grandes plateformes. J'avais proposé de distinguer les deux notions – informatique et numérique – pour dire que l'informatique que l'on ne peut oublier et dont on ne peut jamais s'éloigner renvoie à la dimension industrielle qui touche à la fois à la collecte et surtout à la manipulation de données ; alors que le numérique renvoie au contraire à l'interactivité et à la dimension culturelle.

J.-P. F. : *Cela renvoie ici à la question de l'accès et de l'ouverture des données, bien souvent contrariés par les verrous que posent les entreprises fournisseurs d'accès.*

M. D. : À titre d'exemple, il est intéressant de visiter l'anatomie d'un *twitt** : tous les éléments qui

sont associés à un message de 140 Ko, relèvent à la fois de la géolocalisation, de l'identification du support utilisé, des reprises, etc. Des modalités d'indexation sont ici à l'œuvre, permettant facilement la reconstruction de l'identité numérique.

J.-P. F. : C'est alors l'idée d'identité comme Marque qui prime ici. À ce titre, les traces sont souvent instrumentalisées.

M. D. : Tout à fait. On peut reprendre l'idée de distinction chère à P. Bourdieu, mais déplacée dans un contexte tout à fait différent : l'échelle est autre, le contrôle est passé vers d'autres acteurs du domaine du champ numérique. L'identité relevait auparavant principalement des acteurs sociaux eux-mêmes et de quelques intermédiaires classiques – la presse, l'espace public – alors qu'aujourd'hui de nouveaux tiers (logiciels bien souvent) jouent ce rôle tout en étant contrôlés par les fournisseurs de plateformes et d'accès. Ces derniers ont de surcroît tendance à agréger les dimensions de l'identité ainsi que les activités et appartenances qui auparavant permettaient de distinguer ces identités. Ce qui m'intéresse en ce moment, c'est de travailler sur ces mécanismes : penser l'instrumentalisation en fonction de l'intention présumée et associée à une trace.

J.-P. F. : Peut-on dire que l'on passe d'une polyphonie et d'une pluralité identitaire à une normalisation de l'identité ?

M. D. : Il y a une certaine forme de normativité qui s'installe, mais je ne suis pas sûr que ce soit normatif. Je maintiens la distinction proposée par Canguilhem entre normatif et normativité : la santé ne peut pas être normative car elle devra prendre en compte la spécificité de chaque organisme.

J.-P. F. : Dans La grande conversion numérique vous développiez également l'idée d'un affranchissement des frontières nationales, au profit d'un élargissement de l'Identité.

M. D. : Il me semblait à l'époque qu'il y avait en effet ce potentiel de se libérer de l'association classique de l'Identité avec la Terre et le Sang, la généalogie et le territoire. Or, il se trouve que depuis quelques années, avec la convergence des réseaux mobiles et le *cloud*, que le local (que ce soit au niveau linguistique, culturel, territorial) est revenu avec force. Il suffit de regarder le fonctionnement des moteurs de recherche : aujourd'hui tout ce qu'ils vous proposent est fonction de votre langue, de votre adresse IP qui est localisée, ce qui modifie de manière très évidente les résultats que l'on vous adresse. Il y a là à la fois une détermination

et exploitation économique mais qui peuvent aussi offrir de nouvelles opportunités pour faire vivre une diversité culturelle. C'est là un vrai défi : les langues singulières reviennent quand-même, alors qu'on était en voie de privilégier uniquement l'anglais, ou le *glo-bish*¹. Aujourd'hui si vous êtes à Barcelone, vous avez des résultats en Catalan. C'est là l'enjeu de nouvelles négociations. Après une première période de liberté, emportée par l'utopie d'une ouverture assez large, les États et leurs représentations imaginaires des frontières linguistiques et culturelles reviennent avec force.

J.-P. F. : *Il y aurait un décalque de souveraineté nationale sur la souveraineté numérique ?*

M. D. : La souveraineté numérique est encore difficile à identifier aujourd'hui car il y a toujours eu un conflit autour de la gouvernance d'Internet², on pense par exemple aux volontés de l'ICANN³ ou à celles des États démocratiques ou autoritaires d'imposer à la fois leurs lois et leur manière de faire, notamment pour gérer l'identité. C'est pourtant un

1. Sur ces questions, voir Oustinoff (dir.), 2010 et Rasse (dir.), 2013.

2. Voir à ce sujet Schafer et Le Crosnier, 2011.

3. The *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* : société pour l'attribution des noms de domaine et des numéros sur Internet.

faux problème, car pousser l'idée de gouvernance jusqu'au bout aurait comme effet pervers d'octroyer des pouvoirs de contrôle à des États dont les valeurs sont très éloignées du droit de naviguer librement sur Internet.

J.-P. F. : *Aujourd'hui, on évoque souvent la possibilité d'un Web éphémère : autour notamment de la gestion de l'identité post-mortem qui a fait débat. Que pensez-vous de cette alternative critique ?*

M. D. : Je préférerais quant à moi utiliser le terme « provisoire », plutôt qu'« éphémère », car il me semble que si on relit l'histoire de l'informatique, et notamment le texte fondateur de Turing (*Computing Machinery and Intelligence*, 1950), on écrivait : la machine pensante (non pas nécessairement intelligente) procède par validation provisoire. Cette dimension du provisoire est, me semble-t-il, constitutive de l'algorithme et de la nature du numérique lui-même. Ce n'est donc pas du tout surprenant que l'on puisse revendiquer l'éphémère et le provisoire, alors même que l'on a déjà connu cela auparavant, avec notamment les adresses mails jetables, etc.

J.-P. F. : *Notamment sur le terrain de l'identité numérique...*

M. D. : En effet, car nous avons besoin dans notre imaginaire d'une certaine continuité, voire homogénéité, de notre identité numérique. Pour défendre une certaine cohérence... En même temps, tout cela est importé de la culture classique, qui est celle de l'imprimé et du livre, et qui a certainement mutée aujourd'hui. Revenons par exemple à l'idée du post-mortem, qui n'est pas nouvelle dans l'histoire du numérique. Il y a eu tout d'abord la forme testamentaire : comment faire passer quelque chose sans testament ? Le problème s'est rapidement posé, je l'ai d'ailleurs interrogé en m'appuyant sur une affaire avec Yahoo!⁴. La difficulté qui se pose est que l'on est confronté à des héritages juridiques qui ne posent pas encore la question de l'héritage numérique de la personne morale.

4. Le 16 novembre 2000, la Ligue internationale contre le racisme et l'antisémitisme (LICRA, créée en 1928) a obtenu de la justice française qu'elle oblige l'entreprise américaine Yahoo Inc, alors leader en matière de recherche sur le Web, à appliquer l'article du Code pénal français qui a interdit l'exhibition d'emblèmes nazis et à instauré un filtrage des internautes qui en étaient responsables. Cette affaire, qui a montré que l'identité numérique ne pouvait être régulée que de manière transjuridictionnelle, pose la question épineuse des relations entre les juridictions souveraines et celles basées sur le réseau. Selon Milad Doueihi, « ce choc manifeste clairement le conflit entre les juridictions nationales et souligne le statut ambigu et problématique de la technologie numérique ». Cf. *La grande conversion numérique*, page 86.

J.-P. F. : À l'interface du Web éphémère et de cette notion d'identité post-mortem, c'est aussi la question du droit à l'oubli qui est posée. Doit-on tout garder et peut-on en décider librement ? Les plaintes d'héritiers de personnes défuntées dont les données sont restées en ligne ont soulevé ce problème. Ces données empêchaient les descendants de faire le deuil de leurs parents disparus. Des tentatives de réguler la mort numérique et la préservation de l'identité numérique ont émergé... que pensez-vous de ces évolutions ?

M. D. : Cela renvoie au risque de la disparition de l'individu derrière l'identité. Il y a deux arguments qui me semblent intéressants. Le premier est porté par Facebook et en partie par Google, un argument implicite et assez puissant qui est contre le droit à l'oubli. Sous principe que si nous avons accepté de notre vivant de nous engager dans une conversation, cela vaut comme équivalent d'un contrat social entre nous-mêmes et les personnes avec lesquelles nous avons pu échanger. On n'a alors pas le droit de retirer des choses susceptibles de créer des vides dans l'espace de la conversation. C'est un argument assez implicite que l'on trouve dans les textes de défense juridiques qui sont présentés contre le droit à l'oubli. À partir de là sont introduits d'autres éléments. Par exemple, s'il y a des erreurs ou des préjudices, comment les réparer ? Car traiter de la gestion de la survie des données sans passer par une définition de ce que peut impliquer la continuité dans

l'identité est assez problématique. Mais au-delà de ces dimensions confidentielles, la question de l'oubli soulève un autre problème : celui d'une confusion entre la mémoire du réseau et la mémoire classique, collective – qu'elle appartienne à l'individu ou à la société. On est en train de basculer l'une sur l'autre, parce que l'on veut imposer des modèles hérités de la mémoire classique sur la mémoire du réseau.

Une idée importante, qu'il faut toujours garder à l'esprit, est que le réseau ne peut qu'effacer, il ne *sait* pas oublier. Alors que nous, humains, nous oublions. Le réseau ne connaît que l'effacement et nous, nous cherchons l'oubli. C'est très différent et le problème vient du fait que ces deux notions sont trop souvent confondues. On revendique en réalité le droit à l'oubli, non pas à l'effacement.

J.-P. F. : *En effet, on parle bien de suppression des données...*

M. D. : Le numérique comme l'informatique ne peuvent pas penser l'oubli, ou alors seulement comme une faille technique... Pourtant nous avons besoin d'oublier, ou de raviver la mémoire selon les situations : on métamorphose, on modifie, on ré-interprète... c'est toujours une sélection. Alors qu'avec l'informatique, le fichier, l'adresse physique, renvoient à tout autre chose...

J.-P. F. : *Et si l'on rapporte cela à Facebook ou Google ?*

M. D. : Ils effacent, et en même temps ils gardent... Deux archives existent alors : celle qui n'est pas secrète, mais qui n'est pas donnée au public, et celle qui est triée, modifiée, en effaçant quelques éléments... il y a le visible et l'invisible, l'*architexte** (historique) qui va survivre. On oublie aussi un autre problème. Lorsque l'on parcourt l'histoire de l'environnement numérique, on sait que de grandes entreprises, qui étaient d'importants nœuds du réseau, comme aujourd'hui Facebook ou Google, ont disparu. Je pense par exemple à AOL (America Online). Il suffit de penser à tous les grands acteurs du Net qui ont disparu ces vingt dernières années, alors que nous continuons de penser que le numérique est ce qui va durer et perdurer.

J.-P. F. : *Facebook a récemment créé un mémorial, un mur (sorte de stèle numérique) à la mémoire des défunts, où il est possible de faire le deuil en allant s'y recueillir et partager les condoléances avec d'autres.*

M. D. : Ils ont repris des pratiques qui avaient déjà cours sur les blogs, où l'on trouve des mausolées pour faire le travail de deuil. C'est très important. Ce n'est pas un hasard si, lorsque quelqu'un décède, on trouve un repas funéraire dans presque toutes les

civilisations : on a besoin de se dire entre nous la disparition de l'autre. Ils se sont rattrapés d'une certaine manière.

J.-P. F. : Il existe aussi un contrat, juridique cette fois, qui relève de la clause testamentaire, qui dirait la possibilité de transférer la gestion de l'accès à ces mausolées numériques aux ayants droits.

M. D. : Le numérique reprend après coup des modèles qui existent dans la vie réelle. Il y a aussi des entreprises qui ont été créées et qui sont spécialisées dans l'accès et dans l'effacement de certaines données. Ces entreprises me rappellent les banques suisses, à l'ancienne, qui prodiguent à la fois le secret et la promesse de l'éternité. Ce sont des intercesseurs qui ont la responsabilité de traiter uniquement les traces numériques.

J.-P. F. : Pour terminer cet entretien, après nous être intéressés aux modes de gouvernances et aux stratégies de l'écosystème numérique, toujours sur le terrain de l'identité, qu'en est-il des tactiques (au sens de Michel de Certeau) inventées cette fois par les utilisateurs pour contourner ou détourner les dérives du traçage et de la marchandisation des données ?

M. D. : À travers la ré-émergence du Web éphémère dont on a parlé, on peut lire aussi une révolte

contre l'ère des données. C'est aussi une forme de dissension très forte qu'expriment les utilisateurs. On voit bien comment les grands acteurs du Web essaient aujourd'hui de récupérer cela en créant dans les marges de leurs applications une option contradictoire, mais tout en nous maintenant dans leur écosystème. Mais il y a en effet pas mal de tactiques de résistances. Je me suis intéressé particulièrement à l'une d'entre elle, qui est de choisir de s'exprimer sur les réseaux sociaux, dans des langues qui ne sont pas les langues romanes ou l'anglais, selon des conventions qui sont mises en place par des communautés d'utilisateurs : l'arabish, l'hébreux, etc. Il faut alors être à l'intérieur de la communauté et en maîtriser les codes.

On voit là une initiative puissante et intéressante : on choisit d'être présent de manière visible, on s'affiche, mais on s'exprime dans un langage hybride qui à la fois prend une distance et affirme une identité très forte. À l'heure où on célèbre le *globish*, qui est cette modification de l'anglais qui devrait permettre de tous se comprendre, on voit là émerger au contraire des langues mineures qui sont en voie de développement, moins fortes du point de vue politique et économique, portées par des communautés qui se forgent des lieux d'échange qui résistent, mais en pleine visibilité. Nous ne sommes pas là dans le **Darknet***, c'est au contraire parfaitement accessible et visible...

J.-P. F. : *D'autres formes de militantisme ou de médiactivisme empruntent au contraire la tactique de l'anonymat et de l'avatar pour contourner les stratégies de traçage et de censure : comme l'ont fait les Yes Men ou les Anonymous par exemple*⁵.

M. D. : La construction d'**avatars*** est une vraie tactique de résistance numérique. Sans doute la plus importante, et à vrai dire peut-être la seule qui ait encore une efficacité. Mais quand on prend la construction de l'avatar dans sa présence la plus simple sur le réseau, il reproduit, d'une façon qui reste à mon avis à analyser de manière approfondie, l'*habitus* classique : pas forcément dans le sens de Pierre Bourdieu, mais dans le sens étymologique du terme *Habitus*. En anglais, *habitus* a donné *Habit*, qui veut dire coutume, et en français cela a donné *habit*, qui veut dire costume, on a là les deux sens latin du terme. Avec l'avatar, on est entre les deux : il faut habiller son avatar, ce que l'on fait tout de suite parce que l'on n'a pas le choix aujourd'hui, et il faut aussi lui donner une dimension sociale.

Au-delà, pour renvoyer au très beau livre de science-fiction de Roger Zelazny (1968), il faut que l'avatar ne soit pas un zombie. Il faut l'animer, le nourrir, le faire circuler et surtout le faire évoluer,

5. Cf. Fourmentaux, 2012 et 2013.

autrement il risque de devenir un zombie, dans le sens le plus simple du terme. C'est assez intéressant de concevoir les choses ainsi. Si on laisse l'avatar à la merci du système, c'est la zombification totale. Du coup, on voit émerger différentes stratégies, presque intuitives, de modification de l'icône, de se gérer soi-même sur le réseau à un niveau également émotionnel, en fonction des humeurs, ou même juste pour le personnaliser, pour marquer une différence avec le passé. C'est ce qui permet d'échapper à la reproduction sociale et au formatage généralisé des applications commerciales et de la gouvernance algorithmique qui tend à devenir normative. C'est en effet un autre moyen de résister efficacement.

On peut là distinguer deux mouvements. Une première forme de résistance relève du **hacking*** et instaure une relation de contre-pouvoir. Lorsqu'on pense à l'affaire Snowden⁶ dont les révélations ont été très

6. Il s'agit de l'affaire des révélations sur la surveillance mondiale de l'Agence nationale de sécurité américaine (National Security Agency – NSA), par son ex-consultant Edward Snowden. Ses révélations ont montré que les collectes massives d'informations par la NSA, concernant des citoyens du monde entier, dépassaient le cadre de la lutte nécessaire contre le terrorisme ou contre les autres risques géopolitiques. Snowden a en effet montré comment la NSA, au nom d'une menace terroriste en partie instrumentalisée, a édifié une toile de surveillance mondiale et imposé une idéologie sécuritaire en surveillant peu ou prou le monde entier à travers le téléphone, Internet, etc.

importantes, on se rend compte que le « chiffrage » et l'anonymisation des données ne suffisent pas parfois, la NSA ayant eu accès aux données chez les hébergeurs et fournisseurs. Ce qui pose la question de la collaboration entre les grands acteurs du Web et les services de renseignement. C'est pourquoi une autre forme de résistance mise sur la création de nouvelles spatialités et sociabilités sur le réseau, sans exiger les mêmes compétences techniques. Les internautes eux-mêmes, associés en communauté, impulsent des mouvements qui sont encore en friche mais sont assez prometteurs sur ce sujet.

Références bibliographiques :

DOUEIHI, Milad, *La grande conversion numérique*, Paris, Seuil, 2008.

DOUEIHI, Milad, *Pour un humanisme numérique*, Paris, Seuil, 2011.

FOURMENTRAUX, Jean-Paul (dir.), *L'ère post-média. Humanités digitales et cultures numériques*, Paris, Hermann, coll. « Cultures numériques », 2012.

FOURMENTRAUX, Jean-Paul, *L'œuvre virale. Net art et culture Hacker*, Bruxelles, La Lettre Volée, 2013.

OUSTINOFF, Michaël, *Traduction et mondialisation*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2010.

RASSE, Paul, *La diversité culturelle*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2013.

Identités numériques. Expressions et traçabilité

SCHAFER, Valérie et LE CROSNIER, Hervé, *La neutralité de l'Internet, un enjeu de communication*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2011.

TURING, Alan, « Computing Machinery and Intelligence », *Mind, New Series*, volume 59, n° 236, octobre 1950, p. 433-460.

ZELAZNY, Roger, *Seigneur de lumière*, Paris, Denoël, 1968.

Des techniques de soi ambivalentes

Alexandre Coutant

Revue *Hermès* n° 59¹,

Ces réseaux numériques dits sociaux, 2011

Si nous considérons l'ensemble des machines que notre civilisation livre à l'usage de l'individu, nous verrons que leurs caractères techniques sont oblitérés et dissimulés par une impénétrable rhétorique, recouverts d'une mythologie et d'une magie collective qu'on arrive à peine à élucider ou démystifier. Les machines modernes utilisées dans la vie quotidienne sont pour la plupart des instruments de flatterie. Il existe une sophistication de la présentation qui consiste à donner une tournure magique à l'être technique, pour endormir les puissances actives de l'individu et l'amener à un état hypnotique dans lequel il goûte le plaisir de commander à une foule d'esclaves mécaniques, souvent assez peu diligents et peu fidèles, mais toujours flatteurs.

Gilbert Simondon²

1. Reprise actualisée de l'article paru p. 53-57.

2. *L'individuation psychique et collective : à la lumière des notions de Forme, Information, Potentiel et Métastabilité*, Paris, Aubier, 2007.

Michel Foucault a établi, dans son cycle de conférences à l'Université du Vermont en 1982, l'archéologie de ce qu'il appelle « les techniques de soi ». Ce terme concernait alors uniquement les techniques intellectuelles favorisant l'émergence de types de subjectivité, mais Foucault l'a rapidement associé à un ensemble d'études concernant « les arts de soi-même » où il insistait notamment sur l'écriture de soi (regroupées dans Foucault, 2001). Il définit alors les techniques de soi comme permettant « aux individus d'effectuer, seuls ou avec l'aide d'autres, un certain nombre d'opérations sur leur corps et leur âme, leurs pensées, leurs conduites, leur mode d'être ; de se transformer afin d'atteindre un certain état de bonheur, de pureté, de sagesse, de perfection ou d'immoralité » (*ibid.*, p. 1604). La sociologie de l'individu a depuis repris cette démarche en s'attachant à rendre compte de comment le processus identitaire se fonde sur un vaste ensemble de supports (Martuccelli, 2002). Ils peuvent ainsi être relationnels (communautés d'appartenance, famille, amis), intellectuels (psychanalyse, développement personnel) ou même physiques (journal intime, miroir). Ces travaux soulignent à quel point l'identité ne saurait être perçue autrement que comme une co-construction négociée entre les interactants (Goffman, 1974), humains ou non-humains (Kaufmann, 2005).

Les réseaux socionumériques, une apparente technique de soi

À bien des égards, les réseaux socionumériques évoquent les outils analysés par Foucault. On y retrouve les mêmes détails du quotidien, les humeurs consignées et les faits ayant ponctué la journée. Ainsi, à propos des *hypomnemata*³, cette description qui pourrait être appliquée à *Facebook* : « on y consignait des citations, des fragments d'ouvrages, des exemples et des actions dont on avait été témoin ou dont on avait lu le récit, des réflexions ou des raisonnements qu'on avait entendus ou qui étaient venus à l'esprit. Ils constituaient une mémoire matérielle des choses lues, entendues ou pensées » (Foucault, 2001, p. 1237). La vocation des techniques de soi à « amasser des contenus disparates pour en faire une unité » (*ibid.*, p. 1241), ne peut manquer non plus d'évoquer les profils des utilisateurs, amassant statuts, liens, vidéos, photos, tests, affirmation de goûts dans multiples domaines pour constituer une présentation de soi fine.

On retrouve sur les réseaux socionumériques la même narration de soi permettant de s'approprier ces

3. Les *hypomnemata* étaient des livres servant d'aide-mémoire pour un vaste ensemble de tâches et dont Foucault analyse l'usage par un public cultivé comme technique de soi.

contenus disparates pour les transformer « en forces et en sang », en corps de notre identité : « le rôle de l'écriture est de constituer, avec tout ce que la lecture a constitué, un "corps" » (*ibid.*). La dimension interactive de la construction des profils des réseaux socionumériques y est déjà soulignée, à travers les exercices épistolaires recommandés par Sénèque à ses élèves. Il y est question de se découvrir dans l'échange avec l'autre : « le travail que la lettre opère sur le destinataire, mais qui est aussi effectué sur le scripteur par la lettre même qu'il envoie, implique donc une "introspection" ; mais il faut comprendre celle-ci moins comme un déchiffrement de soi par soi que comme une ouverture qu'on donne à l'autre sur soi-même » (*ibid.*, p. 1245). De la même manière, l'écriture de soi sur les profils vaut moins pour le déclaratif en lui-même que pour les réactions attendues de nos audiences, qu'elles restent à l'état de commentaires sans suite ou qu'elles provoquent de longs échanges. On retrouve enfin dans les contenus les mêmes insistances sur le corps et le quotidien comme objets constitutifs de l'écriture du rapport à soi : « les interférences de l'âme et du corps (les impressions plutôt que les actions) et les activités du loisir (plutôt que les événements extérieurs) » (*ibid.*). Le renouvellement permanent des statuts pour témoigner des nouveaux détails du quotidien et la multiplication des

activités narcissiques⁴ illustrent cet ancrage charnel et ordinaire de la culture de soi (Coutant et Stenger, 2010b).

Des caractéristiques qui s'éloignent du soin de soi

Cependant, les réseaux socionumériques possèdent des particularités qui les distinguent très nettement du « soin de soi ». Si les différentes techniques passées en revue par Foucault relèvent d'actions volontaires de la part des individus, le déploiement du soi sur les réseaux socionumériques s'avère bien moins maîtrisé et consciemment orchestré. Par ailleurs, si les techniques de soi classiques envisagent le partage des résultats de ses activités avec d'autres, elles ne mettent pas en place un système absolument interactionniste comme le font les réseaux socionumériques.

4. L'ajout de photo constitue l'activité majeure des réseaux socionumériques avec les statuts et commentaires. Les jeux permettant de se définir ou demandant aux autres de le faire y sont légions.

Une maîtrise individuelle du soi limitée

Les techniques de soi se donnent pour objectif une meilleure administration de soi, passant notamment par la capacitation à effectuer une sélection des faits vécus dignes d'intérêt. Elles reflètent des visions plus ou moins rationalisantes du sujet, des inclinaisons morales diverses et des conceptions plus ou moins immanentistes du soi selon les périodes. Il n'en demeure pas moins que, dans tous les cas, elles visent à donner au sujet un recul réflexif sur lui-même et à lui procurer la capacité d'évaluer et sélectionner des éléments de son expérience. La logique de flux d'activités mise en place par les réseaux socionumériques ne relève en rien de cette volonté (Coutant et Stenger, 2010a). Au contraire, ces derniers poussent à abandonner la réflexivité et les tentatives de stabilisation du soi (même si elles demeurent incomplètes et temporaires) pour se noyer dans le flux sans cesse renouvelé de traces de soi et des autres.

Pour l'individu souhaitant exister sur ces réseaux, il faut renouveler sans cesse sa participation, quitte à accorder peu d'attention aux traces passées⁵. Cette caractéristique diffère totalement des *hypomnemata* destinés au contraire à capter le déjà-dit : « ils offraient

5. Même si celles-ci peuvent à l'occasion être réactivées par les commentaires des autres participants.

ainsi un trésor accumulé à la relecture et à la médiation ultérieures. Ils formaient ainsi une matière première pour la rédaction de traités plus systématiques, dans lesquels on donnait les arguments et moyens pour lutter contre tel défaut (comme la colère, l'envie, le bavardage, la flatterie) ou pour surmonter telle circonstance difficile (un deuil, un exil, la ruine, la disgrâce) » (Foucault, 2001, p. 1237).

Plusieurs travaux s'intéressant à l'identité sur les réseaux socionumériques aboutissent au même constat d'une perte en matière de gestion de soi encouragée par ces plateformes (Coutant et Stenger, 2010a ; Georges *et al.*, 2009). Les réseaux socionumériques mettent en exergue ce que Kaufmann nomme des identités ICO (immédiates, contextualisées et opératoires). Il s'agit d'éléments identitaires dynamiques qui s'activent sur le moment et conviennent à un contexte donné, mais qui sont oubliés aussi vite. Les identités ICO permettent de s'adapter au contexte immédiat mais servent peu à l'autre aspect de la dynamique identitaire qui cherche la stabilisation et la pérennisation d'une image du moi. Les techniques de soi doivent permettre d'y distinguer le mémorable de l'insignifiant, ce que ne font pas les réseaux socionumériques en plaçant toutes les informations au même niveau dans le flux. Ils provoquent une sorte de fuite en avant de la construction identitaire car les activités narcissiques qui y sont poursuivies ne cessent de

disparaître dans le flux là où elles devraient fournir des îlots, même temporaires, de stabilité.

Les réseaux socionumériques se rapprochent alors davantage de la *stultitia* : « la *stultitia* se définit par l'agitation de l'esprit, l'instabilité de l'attention, le changement des opinions et des volontés, et par conséquent la fragilité devant tous les événements qui peuvent se produire ; elle se caractérise aussi par le fait qu'elle tourne l'esprit vers l'avenir, le rend curieux de nouveautés et l'empêche de se donner un point fixe dans la possession d'une vérité acquise. L'écriture des *hypomnemata* s'oppose à cet éparpillement en fixant des éléments acquis et en constituant en quelque sorte "du passé", vers lequel il est toujours possible de faire retour et retraite » (Foucault, 2001, p. 1239).

Dans ce contexte, il devient urgent d'opposer à la vitesse des échanges sur les réseaux socionumériques la nécessaire formation de compétences d'utilisation relativement inédites pour les individus : gestion de l'accessibilité des traces, de leur pérennité par opposition à la malléabilité des souvenirs, évaluation des contenus pertinents dans ce type de contexte aux audiences potentiellement très larges. Les techniques de soi reposent effectivement sur deux principes que Foucault appelle « la vérité locale de la sentence » et « sa valeur circonstancielle d'usage » (*ibid.*, p. 1240) et qui sont mis à mal par

l'effondrement des contextes (Boyd, 2008) et l'archivage des traces du quotidien sur les réseaux sociaux numériques (Coutant et Stenger, 2010a). Ce premier point permet de souligner que les réseaux sociaux numériques constituent davantage des outils d'expression de soi que des techniques de soi.

*Une application absolue
du principe interactionniste
de la construction identitaire*

Le caractère fondamentalement co-construit de la définition de notre identité n'est plus à démontrer : « l'individu doit compter sur les autres pour compléter un portrait de lui-même qu'il n'a le droit de peindre qu'en partie » (Goffman, 1974, p. 75). Cependant, la polysémie du terme comme la difficile appréhension de ce qui lie individu et identité ont pour conséquence d'encourager encore de nombreuses visions centrées sur l'individu, qui serait alors seul décideur final des éléments identitaires qu'il diffuserait. Les techniques de soi encouragent à leur manière cette confusion puisque s'il y est question d'échange avec les autres, les cahiers employés demeurent la possession personnelle de l'individu.

Ici aussi, les réseaux sociaux numériques diffèrent largement. Le principe goffmanien y est radicalisé (Coutant et Stenger, 2010b). La construction du

profil passe au moins autant par les commentaires, messages, **tags***, invitations déposées par les interactants, que par les activités individuelles. On en arrive même au paradoxe qu'il est relativement fréquent d'y exister sans même avoir créé de compte, les utilisateurs indiquant les participants à un événement ou taggant les personnes présentes sur une photo même si celles-ci n'ont pas créé de profil. Les techniques de soi permettent de conserver un contrôle sur les contenus partagés et diffusés que les réseaux sociaux numériques ne permettent plus. Cette caractéristique essentielle doit être soulignée alors que beaucoup d'approches technicistes, juridiques ou sémiotico-quantitativistes proposent de caractériser les données personnelles en cercles concentriques allant du plus intime au plus public. Ainsi, elles occultent que leur définition passe par qui les produit et surtout par qui y a accès. Comprendre la forme de lien social se déployant sur ces espaces, que Perriault (2009) qualifie de « flottant », permet alors à nouveau de prendre la mesure du caractère profondément instable de la construction identitaire induite par cette logique sociotechnique.

Ajoutons que cette interactivité ne concerne pas que les interactants humains. Les outils logiciels contribuent aussi à cette perte de contrôle en participant à la construction du profil des utilisateurs par l'indication automatique de leurs activités (entrée en

relation, commentaires laissés, applications installées). Objets du quotidien, les réseaux socionumériques ne permettent pas à l'utilisateur une meilleure gestion de son identité pourtant traditionnellement échue à ces objets : « le maintien et la constance que l'on pense être le propre de l'individu ne sont rien d'autre que l'effet de son extériorisation et de son arrimage dans les choses familières. Les objets du quotidien ont une vertu de permanence qui construit le concret et contrôle les errements de l'identité : ils jouent le rôle de garde-fou du Soi » (Kaufmann, 2005, p. 45). Le flux n'encourage en effet en rien la stabilisation mais bien au contraire le travail sans cesse renouvelé de notre face.

Ces deux caractéristiques démontrent l'ambivalence de la fonction de support identitaire propre aux réseaux socionumériques. Le rapprochement avec les techniques de soi permet de formuler l'hypothèse que l'engouement pour les réseaux socionumériques ne repose pas sur leurs incitations logicielles, ni sur leur réappropriation par une logique sociale, mais bien sur la capacité de leurs logiciels à intégrer dans leur fonctionnement des logiques de sociabilité fortes (Akrich, 1994). Leur succès consiste dans leur apparente proximité avec des techniques de soi développées depuis des siècles et dont les individus se révèlent particulièrement avides dans une société réservant une grande part du travail de construction de soi aux individus

(Kaufmann, 2004). Cette hypothèse explique sans doute aussi les mésinterprétations autour du statut privé ou public de ces sites, envisagés à tort comme des outils personnels. En rendant visible le quotidien, les réseaux socionumériques témoignent de la diversité des petites touches constituant l'identité, souvent masquées par l'attention aux « identifiants socles » comme l'état civil ou aux événements majeurs de la vie de l'individu (Lahire, 1998). Cependant, cette mise en visibilité ne s'accompagne pas encore de théories adaptées à la spécificité de ces traces et aux formes de liens flottants (Perriault, 2009) qui s'y nouent. Un champ de recherche interdisciplinaire s'ouvre donc pour saisir leur logique et permettre une meilleure formation des compétences d'utilisation de ces plateformes.

Références bibliographiques

AKRICH, Madeleine, « Comment sortir de la dichotomie technique/société », in LATOUR, Bruno et LEMONNIER, Pierre (dir.), *De la préhistoire aux missiles balistiques : l'intelligence sociale des techniques*, Paris, La Découverte, 1994.

BOYD, Danah Michele, « Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked Publics », Doctoral Dissertation, University of California, Berkeley, School of Information, 2008.

Disponible sur : <<http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>>, consulté le 05/03/2015.

COUTANT, Alexandre et STENGER, Thomas, « Pratiques et temporalités des réseaux socionumériques : logique de flux et logique d'archive », *Mémoires et Internet. Médiation et Information*, n° 32, 2010(a), p. 125-136.

COUTANT, Alexandre et STENGER, Thomas, « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », *Les enjeux de l'information et de la communication*, août 2010(b). [En ligne]
Disponible sur : <<http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2010/Coutant-Stenger/index.html>>, consulté le 05/03/2015.

FOUCAULT, Michel, *Dits et écrits. Tome 2 : 1976-1988*, Paris, Gallimard, 2001.

GEORGES, Fanny, SEILLES, Antoine, ARTIGNAN, Guillaume, ARNAUD, Béranger, RODRIGUEZ, Nancy *et al.*, « Sémiotique et visualisation de l'identité numérique : une étude comparée de Facebook et MySpace », 2009. [En ligne]
Disponible sur : <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00410952/document>>, consulté le 05/03/2015.

GOFFMAN, Erving, *Les rites d'interaction*, Paris, Minuit, 1974.

HOOG, Emmanuel, *Mémoire année zéro*, Paris, Seuil, 2009.

KAUFMANN, Jean-Claude, *L'invention de soi. Une théorie de l'identité*, Paris, Armand Colin, 2004.

KAUFMANN, Jean-Claude, *Le cœur à l'ouvrage. Théorie de l'action ménagère*, Paris, Pocket, 2005.

LAHIRE, Bernard, *L'Homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, Nathan, 1998.

MARTUCCELLI, Danilo, *Grammaire de l'individu*, Paris, Gallimard, 2002.

PERRIAULT, Jacques, « Traces (numériques) personnelles, incertitude et lien social », *Hermès*, n° 53, 2009, p. 13-20.

Philosophie des sites de rencontres

Marc Parmentier

Revue *Hermès* n° 59¹,

Ces réseaux numériques dits sociaux, 2011

Dès ses balbutiements, Internet a favorisé l'éclosion de rencontres amoureuses, avec toute l'ambiguïté que le terme comporte, tantôt litote, tantôt antiphrase. Les sites qui leur sont dédiés sont à présent légion, ils intègrent tous les supports techniquement concevables, leur succès s'accompagne d'une diversification sociale, d'une montée en respectabilité de la fréquentation, et soumet à un test expérimental certaines problématiques très classiques de la philosophie morale. L'objectif de cet article est d'inventorier, sans prétention à l'exhaustivité, quelques unes d'entre elles, en nous appuyant sur les études récentes consacrées à ce nouveau phénomène social².

1. Reprise actualisée de l'article publié p. 173-178.

2. Voir Lardellier, 2004 ; Lejealle, 2008 ; Bajos et Bozon, 2008 ; Kaufmann, 2010 ; quelques témoignages personnels également riches d'enseignements : Baqué, 2008 ; Berthus, 2010.

L'attrait du possible

Le premier attrait des sites de rencontres est celui du possible. Se connecter fait entrevoir un nombre inépuisable d'interactions mais aussi de « moi » possibles, qui ne se réaliseront jamais, mais n'en produisent pas moins des effets bien réels de fascination (Lardellier, 2004, p. 73 et p. 109). Jean-Jacques Rousseau (1995, p. 55) expliquait l'attrait du possible par le pouvoir de l'imagination : « en voyant moins, on imagine davantage ». Mais ce n'est pas seulement une activité mentale ou fantasmatique qu'exercent les adeptes des sites. Pour établir et entretenir des échanges à distance, un grand nombre de gestes sont requis. L'internaute est invité à remplir un « profil », renseigner des questionnaires, évaluer des photos, envoyer des mails mais aussi des « charmes », des « flashes » et autres « coups de cœur » dans tous les azimuts de son cyber-horizon sentimental.

Ces actions sont décousues, discontinues, elles ciblent plusieurs protagonistes entre lesquels le cyberséducteur va « zapper », comme on tourne les pages d'un catalogue³. Le propre des affects attachés à son activité fébrile est leur volatilité, l'absence d'implication dans la

3. « Dans ces nouveaux jeux de l'amour et du hasard, on peut à tout moment zapper d'une fenêtre à l'autre. » (Flichy, 2001, p. 189)

durée, l'absence d'engagement affectif⁴. En passant d'un possible à un autre, d'un profil au suivant, l'internaute vit une succession de micro-désirs et de micro-répulsions, de coups de cœur infinitésimaux, aussitôt oubliés dans l'évanescence d'un « temps réel » qui est en fait un temps irréel parce que sans durée et sans mémoire. Ce zapping sentimental peut apparaître comme une illustration de la théorie des « petites perceptions » (suivies comme leur ombre par les « petites inclinations ») exposée par Leibniz dans la Préface de ses *Nouveaux Essais sur l'entendement humain* (1990, p. 42-43). L'originalité de Leibniz est en effet de considérer que toute virtualité s'accompagne d'un petit commencement d'actualisation. Mais les petites inclinations risquent de produire un perpétuel sentiment d'insatisfaction.

De même qu'un joueur invétéré recommence à jouer dès que la partie s'achève, l'adepte des sites sera tenté de chercher en permanence de nouvelles interactions avec de nouveaux partenaires. Si l'abondance des possibles présente un côté rassurant, elle peut également engager dans une quête indéfinie, interminable, et plonger l'internaute dans une « inquiétude » au sens classique du terme,

4. « ... cet amour des temps modernes permet toutes les audaces sans prendre le moindre risque, notamment celui de l'engagement » (Kaufmann, 2010, p. 39). Dans l'enquête menée par Catherine Lejealle (2008), la peur de s'engager caractérise l'usage de *Meetic* à des fins de « convalescence ».

c'est-à-dire une quête non seulement sans repos mais également perpétuellement incertaine de son objet.

Extension du domaine du plaisir

Les affects circulant sur Internet sont, en effet, des désirs en quête d'objets, or cette priorité du désir fait surgir un risque de déréalisation de la cible et de clôture du désir sur lui-même dans un mécanisme d'autosatisfaction. Dans un dialogue amoureux assisté par ordinateur, l'existence même d'un interlocuteur n'est pas assurée. Il peut s'agir d'un logiciel conçu pour générer des « invites » aguichantes. Si l'interlocuteur existe, il peut s'agir d'un « fake », d'un « faux profil », en d'autres termes d'un employé d'un centre d'appel.

Mais la mise entre parenthèses de la réalité n'est pas un obstacle, car le système repose sur la complicité de l'internaute à l'égard de ses propres illusions. Cette complaisance conduit à se leurrer sur la nature de l'objet convoité, selon une hallucination affective admirablement décrite par le très austère oratorien Nicolas Malebranche, lequel remarque très justement qu'à rechercher un bien toujours trop grand, on risque toujours de se méprendre sur les mérites supposés d'un trop petit : « Un homme au contraire dans quelque besoin, découvre par hasard quelque petit bien, dont la douceur le surprend ; il

s'attache à cette bagatelle, comme au plus grand de tous les biens, sans y faire la moindre réflexion. Cela arrive aussi dans les mouvements de sympathie et d'antipathie. On voit dans une compagnie une personne dont l'air et les manières ont de secrètes alliances avec la disposition présente de nos corps ; sa vue nous touche et nous pénètre » (Malebranche, 1979, p. 588).

La déréalisation de l'objet est la marque du principe de plaisir, lequel, comme l'a expliqué Freud, se caractérise par une étonnante capacité à se passer de la réalité dans le déclenchement de l'expérience de satisfaction. Les sites de rencontres, comme la plupart des activités sur Internet, étendent donc considérablement l'empire du principe de plaisir en abaissant, grâce au paravent de l'anonymat, la pression des contraintes sociales. John Locke (1690) remarquait déjà en effet que la « loi de réputation » est la principale motivation incitant les hommes à respecter les règles morales⁵. Les interactions sur les sites semblent lui apporter une éclatante confirmation. À l'abri de son pseudo, tout est permis.

5. « Mais je crois pouvoir dire que quiconque s'imagine que l'approbation et le blâme ne sont pas de puissants motifs pour engager les hommes à se conformer aux opinions et aux maximes de ceux avec qui ils conversent, ne paraît pas fort bien instruit de l'histoire du genre humain, ni avoir pénétré fort avant dans la nature des hommes. » (Locke, 2010, p. 549)

La communication par mauvaise foi

Paradoxalement, les sites de rencontres, capables de faire émerger de nouvelles formes de sociabilité, sont des lieux où règne la suspicion – à l'égard des hommes mariés qui se déclarent célibataires, à l'égard des prédateurs sexuels (Lardellier, 2004, p. 97 ; Lejaelle, 2008). Ils permettent donc de comprendre, in vitro, l'émergence de la sociabilité à partir d'une sorte d'état de nature dans sa version hobbesienne (c'est-à-dire dominé par l'esprit de défiance).

Les sites incitent à la communication, invitent à parler abondamment de soi, à exposer par le menu son identité narrative (Lejaelle, 2008). Pour autant, personne n'a de moyen direct de vérifier la véracité de ce qui s'y dit. S'il est excessif de dire que tout le monde ment (c'est la thèse de Baqué, 2008), tout le monde y est, *a priori*, suspect de mauvaise foi (Kaufmann, 2010, p. 45). Comment surmonter l'obstacle que semblent constituer la suspicion et la défiance ?

Il importe ici de distinguer mauvaise foi et mensonge. Une communication élevant le mensonge au rang de maxime universelle serait irrémédiablement vouée à l'échec. Sur un site de rencontres au contraire, la mauvaise foi est orientée, elle devient donc prévisible et déjouable. Aucun abonné ne triche en augmentant son âge ou son poids. Certains retouchent leur photo mais personne ne

l'enlaidit (sauf éventuellement par dérision à l'égard du code). Certains affirment qu'ils ne sont pas mariés alors qu'ils le sont, mais personne ne dit le contraire. Alors que le mensonge peut brouiller un message en le déformant dans un sens aléatoire, la mauvaise foi est unilatérale autant qu'attendue. Pour la déjouer, il suffit de repérer les échelles de valeur qui lui sont sous-jacentes.

L'image donnée de soi sur un site ne vise pas, ou pas seulement, l'authenticité ou la sincérité. L'identité numérique (selon l'expression de Catherine Lejealle, 2008) doit faire l'objet d'une construction (voire d'un « bricolage »), tenant compte de l'effet de séduction à exercer sur l'autre⁶. Remplir le formulaire d'inscription à un site de rencontres, c'est en passer par la grille de standards sociaux, négocier avec les normes sociales en vigueur dans le marché de la séduction. Les échelles de valeur sont en effet partagées, compte tenu du contexte « jeuniste » imposant une amélioration de l'image de soi, un « lifting identitaire », ainsi que le respect des codes s'imposant *a priori* à toute entreprise de séduction et à tout profil de séducteur ou de séductrice (pratiquer un sport, avoir le poids idéal, avoir une vision positive de la vie, etc.) Les sites de rencontres constituent donc un terrain d'expérimentation privilégié pour l'observation des mécanismes de construction sociale de l'identité, en particulier de la « construction de soi en

6. « En effet, le pseudo et le profil doivent être une vitrine qui attire tout en reflétant ce qu'il y a en magasin. » (Lejealle, 2008)

miroir » (Kaufmann, 2004, p. 68)⁷. Mais, avant Georges Cooley, Adam Smith (qui n'est pas seulement un des pères fondateurs de l'économie politique mais aussi un éminent philosophe moral) avait analysé très minutieusement le rôle joué, dans la construction du sujet moral, du regard d'autrui et de son intériorisation (sous les traits du « spectateur impartial », incarnation de la conscience morale mais aussi juge de la convenance sociale). Or, dans ce qu'on pourrait appeler le « paradoxe de la femme fardée », Adam Smith met bien en évidence la tension entre désir de plaire et désir d'être soi⁸.

Une nouvelle casuistique

Sur les sites de rencontres, le plat conformisme à l'égard des normes sociales de la séduction cohabite avec une liberté à l'égard des normes morales. Cette dernière ne lève pas pour autant les questions d'évaluation morale mais oblige en repenser radicalement les termes.

7. « Et le fait est que socialement, nous adoptons souvent le rôle que nous pensons qu'autrui aimerait nous voir jouer. » (Lardellier, 2004, p. 86)

8. « On pourrait penser qu'une femme qui se farde ne puisse retirer que peu de vanité des compliments qui lui auraient été faits sur son teint. Ils devraient plutôt lui rappeler les sentiments que son teint naturel exciterait, et le contraste devrait la mortifier d'autant plus. » (Smith, 1999, p. 177)

Prenons le cas de l'adultère. Dès leur apparition, les messageries ont permis à nombre de maris d'entretenir une liaison avec d'autres femmes que la leur (et réciproquement), ce qui a parfois conduit à la rupture de couples bien réels. Imaginons qu'un homme marié entretienne, grâce à l'une des nombreuses facilités mises à disposition par les sites de rencontres, une liaison durable, c'est-à-dire un échange à teneur sexuelle⁹, avec une femme, sans aboutir, ni même viser à aboutir à une rencontre « IR ». Commet-il une faute à l'égard de son épouse légitime ? Celle-ci, découvrant le pot aux roses, peut-elle reprocher à son époux une infidélité ? La question n'est pas purement théorique dans la mesure où elle apparaît très proche de celles suscitées par un « adultère virtuel » commis par **avatars*** interposés sur *Second Life*¹⁰. Une première réponse semble évidente. Un délit virtuel n'est pas un délit, de

9. Pascal Lardellier montre comment le cybersexe s'invite, à un moment où un autre, dans la conversation et comment naissent les adultères numériques (Lardellier, 2004, p. 120 et p. 146-147).

10. Une citoyenne anglaise, Amy Taylor, ayant découvert la liaison de son mari, sur *Second Life*, avec un autre avatar, a demandé le divorce après que son mari l'eut « trompée virtuellement ». L'affaire a été relatée par le *Daily Mail* le 14 novembre 2008. La question du statut des avatars est posée dès l'apparition des premiers jeux de rôle sur ordinateur : « les avatars devaient-ils être considérés comme une sorte d'extension symbolique des personnes humaines qui les animent ou bien n'étaient-ils que des mannequins-outils, des robots télécommandés destinés à tous usages et manipulables sans attentions particulières ? » (Quéau, 1993, p. 68)

même que, selon le philosophe Gilbert Ryle (1978, p. 137), un assassin fictif n'est pas un assassin¹¹. Si l'on est adepte de la catharsis, on pourrait même considérer que les infidélités virtuelles présentent l'avantage de préserver des infidélités réelles. Cette réponse serait acceptable si le virtuel était assimilable au fictif, à l'imaginaire. Tout le problème est que, grâce aux ordinateurs, le virtuel ne se réduit plus à sa composante purement mentale. Dès lors, il n'y a plus de réponse simple à la question.

Dans le cadre d'une morale de l'intention rigoriste, il faut dire que la concupiscence virtuelle n'est pas différente de la concupiscence réelle, et que l'adultère virtuel ne fait que concrétiser un délit d'intention très ordinaire, celui d'un homme marié qui convoite secrètement une autre femme. Or, la réalisation ou la non réalisation de l'intention ne change rien à la teneur morale de celle-ci. Mais, comme le montre très lucidement Adam Smith (pourtant partisan d'une morale de l'intention), une telle morale n'est pas tenable intégralement et rigoureusement. L'appréciation portée sur les motifs d'une action est toujours contaminée par le succès ou l'échec de ladite action¹².

11. « Ainsi, il est faux qu'il y ait deux espèces de meurtriers, ceux qui assassinent vraiment et ceux qui, à la scène, jouent le rôle d'un meurtrier car ces derniers ne sont pas des assassins. » (Ryle, 1978, p. 137)

12. « Tout comme le mérite d'une tentative infructueuse de faire du bien semble ainsi, aux yeux ingrats du genre humain, diminué par l'insuccès, de même le démérite d'une tentative infructueuse de faire le mal sera diminué pour la même raison... » (Smith, 1999, p. 157-158)

Or, si à l'inverse on adopte une interprétation utilitariste, il faut nier la faute. Selon David Hume (1754) par exemple, la gravité des vices est fonction de leur nocivité sociale. Il faut donc faire la différence entre ceux qui entraînent des dommages réels et ceux qui n'en entraînent pas. De ce point de vue l'adultère est une faute moins grave que l'ivrognerie¹³. Symétriquement, l'adultère virtuel sera moins grave que l'adultère réel. En effet, si les femmes doivent être chastes, selon Hume, c'est pour que leurs époux puissent être sûrs que leurs enfants sont bien les leurs.

Hélas, le champ d'application des interdits excède toujours leur domaine d'utilité : ainsi les femmes trop âgées pour procréer sont-elles chastes inutilement. Internet permet, de ce point de vue, une meilleure adéquation des contraintes et des utilités sociales. Qu'une femme trompe son mari virtuellement est sans inconvénient, puisqu'elle ne court aucun risque de grossesse. Du point de vue de Hume, la chasteté virtuelle apparaîtrait sans doute superflue et sans grande valeur morale. Mais cette réponse utilitariste ne serait elle-même pleinement satisfaisante que si les conséquences des interactions virtuelles étaient, elles aussi, virtuelles, ce qui n'est pas le

13. « Si l'amour illégitime et l'infidélité dans le mariage sont les plus fréquents dans les siècles de luxe, l'ivrognerie, vice plus honteux et plus nuisible au corps et à l'esprit, s'y montre bien plus rarement. » (Hume, 1754, p. 63)

cas. Même dépourvues de conséquences matérielles, elles peuvent générer des souffrances et autres dommages psychologiques, plus graves, selon certains philosophes du droit, que les dommages matériels. Mais, d'un autre côté, ce n'est pas parce qu'il y a souffrance qu'il y a responsabilité morale : dans le cadre d'un jeu, le perdant subit une souffrance sans que son vainqueur puisse en être tenu pour moralement responsable. Le problème est donc un problème de frontière. Dans un univers au moins partiellement virtuel comme un site de rencontres, la frontière entre jeu et sérieux est flottante, invisible, insaisissable. Ce qui caractérise le virtuel dans son acception contemporaine est précisément la suppression des frontières entre fiction et réalité, on peut ainsi avancer l'hypothèse que les nouveaux dilemmes moraux surgissent lorsque les protagonistes ne se situent pas du même côté de la frontière invisible entre le virtuel réel et le virtuel fictif ou, pire encore, oscillent d'un rivage à l'autre.

Dans tout jeu, réel ou virtuel, prévalent des règles explicites ou implicites ; dans le monde réel existent des règles pour pacifier les interactions et sortir de l'état de nature, mais il est difficile d'imaginer à quoi pourraient ressembler des règles pour réguler des interactions entre un protagoniste se situant mentalement dans un monde virtuel et un autre protagoniste se situant dans le monde réel (tout comme il est difficile d'imaginer une régulation des interactions entre un individu se situant dans l'état de nature et un autre se situant dans un état policé).

Mais cette interprétation repose encore sur le postulat selon lequel le sujet moral réside dans le versant réel des interactions. Or, dans un univers virtuel, l'absence de frontière affecte également la localisation du sujet, qui ne possède plus de critère lui permettant de savoir de quel côté de la frontière il situe lui-même sa propre identité. Jean-Claude Kaufmann montre comment l'identité est devenue condition de l'action (2004, p. 174), mais aussi que, dans certaines circonstances réelles, un choix se présente entre plusieurs identités possibles. Nous pouvons avancer l'hypothèse que, dans un univers virtuel, le choix de l'identité résulte de et fait suite à l'action elle-même.

Références bibliographiques

BAQUÉ, Dominique, *E-Love, Petit marketing de la rencontre*, Paris, Anabet, 2008.

BERTHUS, Anne, *Guide de la séduction sur Internet*, Paris, Alphée, 2010.

HUME, David, « Essai sur le luxe », *Discours politiques de David Hume*, trad. de l'anglais, Amsterdam, J. Schreuder & Pierre Mortier le jeune, 1754.

HUME, David, *Traité de la nature humaine, 3^e partie*, Paris, Flammarion, 1993 (1739).

FLICHY, Patrice, *L'imaginaire d'Internet*, Paris, La Découverte, 2001.

KAUFMANN, Jean-Claude, *L'invention de soi, une théorie de l'identité*, Paris, Hachette, 2004.

Identités numériques. Expressions et traçabilité

KAUFMANN, Jean-Claude, *Sexamour*, Paris, Armand Colin, 2010.

LARDELLIER, Pascal, *Le cœur net, célibat et amours sur le Web*, Paris, Belin, 2004.

LE BRETON, David, « Vers la fin du corps : cyberculture et identité », *Revue internationale de philosophie*, volume 122, n° 4, 2002, p. 491-509.

LEJEALLE, Catherine, « La difficulté de construire puis gérer son identité numérique dans la rencontre amoureuse en ligne », *Consommation et sociétés*, n° 8, 2008.

LEIBNIZ, Gottfried W., *Nouveaux Essais sur l'entendement humain*, éd. J. Brunschwig, Paris, Gallimard, 1990 (1765).

LOCKE, John, *Essai sur l'entendement humain*, Paris, Librairie générale française, 2010 (1690).

MALEBRANCHE, Nicolas, « De la Recherche de la vérité », *Œuvres*, tome I, éd. G. Rodis-Lewis, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1979 (1674-75).

QUÉAU, Philippe, *Le virtuel*, Seyssel, Champ Vallon, 1993.

ROUSSEAU, Jean-Jacques, « Émile ou de l'éducation », *Œuvres complètes*, tome IV, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1969 (1762).

ROUSSEAU, Jean-Jacques, « Lettre à D'Alembert », *Œuvres complètes*, tome V, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1995 (1758).

RYLE, Gilbert, *La notion d'esprit*, Paris, Payot, 1978 (1949).

SMITH, Adam, *Théorie des sentiments moraux*, Paris, PUF, 1999 (1759).

Une figure du double numérique : l'avatar

Frank Beau

Entretien avec Oriane Deseilligny

Revue *Hermès* n° 53¹,

Traçabilité et réseaux, 2009

Oriane Deseilligny : *Quels sont les différents types de plateformes virtuelles sur lesquels peuvent évoluer des avatars* ?*

Frank Beau : Il existe une grande variété de plateformes, de jeux, de règles, et de combinaisons entre toutes ces catégories. Actuellement, les mondes virtuels peuvent être répartis en deux ensembles : d'une part les jeux de rôle en ligne, désignés par l'acronyme MMORPG (*massively multiplayer online role-playing game*), dont les ancêtres sont les MUD (*multi-user dunjon*) ; d'autre part les « simulateurs de vie », au sein desquels l'utilisateur se livre à différentes activités plus ou moins inspirées de la vie réelle.

1. Reprise actualisée de l'article publié p. 41-47.

Dans un environnement d'interaction en ligne comme *Second Life*, l'utilisateur rencontre d'autres avatars, discute, vend et achète des objets, organise ou participe à des événements (concerts, conférences, meetings politiques, projections, etc.). Le « joueur » se retrouve en quelque sorte face à une page blanche. À charge pour lui de définir son parcours, de transformer les potentiels de l'environnement dans une direction qui fera sens. Au contraire, les jeux de rôle en ligne sont inscrits dans des systèmes de règles et de progression du personnage édictés par les concepteurs du jeu en amont, et gérés éditorialement au fil de l'exploitation par des *game masters*. La grammaire d'un jeu comme *World of Warcraft* est très précise et repose sur le franchissement de niveaux d'évolution, qui imposent au joueur de rejoindre une Guilde (une équipe) pour poursuivre l'expérience. Dans une approche plus théorique, on pourrait dire que les univers persistants s'inscrivent dans une conception orchestrale (Winkin, 1981) de la communication dans la mesure où les acteurs y évoluent dans un cadre partagé et où une grande partie de l'expérience repose sur la capacité à synchroniser des actions et des personnes.

O. D. : On peut donc difficilement donner une définition unilatérale d'un avatar, compte tenu des différents types de dispositifs ludiques et communicationnels dans lesquels on les trouve ?

F. B. : Dans une acception très large, l'avatar est en première approche un moyen de mise en présence et de représentation du participant dans un espace de communication en réseau, considéré comme un espace public de communication. Mais d'un point de vue opératoire, l'avatar a une fonction ergonomique puisqu'il est l'instrument avec lequel un individu manifeste son action dans l'environnement.

La nature de la fonction de représentation d'un sujet dans un environnement virtuel est différente selon le cadre d'interaction. Dans le cadre d'une communication asynchrone (*MySpace*, *MSN*, forums de discussion), l'avatar recouvre un pseudonyme, une fiche de présentation et une image qui « incarnent » mon intervention à travers une série d'éléments distinctifs, que je sois connecté ou pas au réseau. Avec les communications synchrones, ce que l'autre voit de moi, c'est au niveau le plus élémentaire un pseudonyme (sur un *chat* fondé sur l'écrit), puis une image et un profil (*instant messaging*), et dans le cadre des environnements 3D, un personnage de synthèse (son nom est en général affiché au-dessus de sa tête). Dans cette situation de co-présence, la communication emprunte des canaux verbaux, mais également kinésiques et non verbaux (le style vestimentaire, les postures). Le travail que représente cette mise en scène de soi est le premier levier d'élaboration d'une identité virtuelle.

L'enjeu de ce façonnage identitaire est à corrélérer avec l'économie des moyens et des fins sur laquelle reposent ces mondes, et dans laquelle l'avatar n'est qu'un moyen de communication et d'action. Dans les jeux de rôles en ligne, il faudra par exemple avoir un certain type d'épée pour tuer une créature dont tout le monde veut venir à bout. C'est l'acquisition de ces moyens et les expériences associées qui permettent de passer à l'étape suivante.

Dans ce contexte ludique, l'avatar ne se limite donc pas à la présence figurée du joueur dans l'environnement à travers un personnage électronique mais englobe l'ensemble des objets et des espaces qu'il possède (maisons, îles, etc.), et tout ce que ces éléments vont produire (comme le fait d'avoir un métier ou encore une réputation dans un environnement virtuel). Il est l'interface et le moyen de capitalisation de l'expérience et de la capacité d'action du joueur. On voit dès ce stade que la notion d'avatar est distincte de celle d'identité numérique, car elle concerne le façonnage d'une présence spécifique à un média en réseau, à l'intérieur de laquelle peuvent se retrouver aussi bien des éléments définissant pour partie une identité réelle que des éléments « fictifs », propres à l'action poursuivie.

O. D. : Comment définiriez-vous le cadre interactionnel et communicationnel propre à ces médias ?

F. B. : La communication à l'œuvre dans un espace de coprésence matérialisée par des avatars est fondée sur la rencontre des régimes sémiotiques propres à différents médias. Si l'on observe des joueurs interprétant des actions et des rôles dans un monde virtuel, et que l'on essaye de qualifier leur pratique, on peut considérer qu'il s'agit d'un jeu vidéo « en ligne », d'une sorte de théâtre « à distance », d'une peinture ou d'un espace graphique avec « du mouvement », ou d'une forme de cinéma d'animation « interactif ». Les mondes virtuels semblent être au carrefour des formes d'expression qui les ont précédés sans être une simple addition de ces médias. Ils ont donc leur propre « médiagénie », pour reprendre une expression de Philippe Marion (1997).

Tout comme R. Barthes définissait « l'essence » de la photographie par la notion de « ça a été », il existe dans les mondes virtuels une impression de « ça a vécu ». Les effets produits par le médium sont des leviers très puissants sur le plan psychologique dans la mesure où ils appellent un tissage d'événements et d'émotions au sein d'une expérience individuelle et collective de plus en plus complexe et sensible.

Au point de départ de cette expérience, le joueur est d'abord le spectateur de son propre avatar ; il devient ensuite et dès la première rencontre l'objet du regard de l'autre. C'est dans le partage intersubjectif de ces effets que vont naître les expériences les

plus élaborées. Mais la médiagénie des mondes virtuels s'émousse si le joueur-acteur n'est pas capable de cultiver ces effets. C'est donc parce que les joueurs découvrent ces propriétés d'action et de communication qu'ils entrent dans un processus d'investissement par lequel ils ne se cantonnent pas à être « spectateurs d'eux-mêmes » – bien que cette dimension reste fondamentale et ne disparaisse pas de la relation que le joueur entretient avec ces systèmes.

O. D. : *L'approche systémique que vous évoquez invite donc moins à rabattre l'avatar sur l'idée d'une simple identification qu'à y intégrer le comportement, les faits de communication et les productions réalisées ?*

F. B. : Un avatar peut être appréhendé comme un acteur au sein d'un système technique, informationnel et communicationnel qui permet de produire un ensemble de « manifestations » pour soi et pour les autres, et d'y laisser des traces ludiques, culturelles et sociales.

Dans *Second Life*, certains mettent tout en œuvre pour donner un style particulier à leur avatar, pour cultiver une représentation de soi dans le monde virtuel, en achetant des vêtements et en développant des postures propres. D'autres (particuliers ou entreprises) y viennent pour prolonger leur activité ou proposer leurs services en s'achetant une île et en s'y implantant. Les

artistes, designers, photographes y exposent leurs créations, organisent des événements culturels. D'autres acteurs industrialisent la production de maisons qu'ils revendent et développent des activités commerciales en créant des objets spécifiques, qui permettent aux autres avatars de progresser dans l'exploration de ces mondes.

Si l'on prend le cas d'Anshe Chung, première millionnaire de *Second Life*, l'avatar et ses propriétés s'apparentent à une marque, à un architecte et promoteur immobilier qui aurait fait fortune en se mettant au service des besoins exprimés dans ces mondes. C'est cette circulation entre la valeur produite dans un environnement et la réputation acquise par l'avatar, qui de l'extérieur rend le sujet difficile à saisir. Mais, au final, on pourra faire l'hypothèse que tout avatar ayant acquis une certaine visibilité est très proche d'une personne morale, c'est-à-dire d'une entité principalement symbolique à laquelle sont attachées une valeur et une compétence dans ce qui n'est au fond qu'un nouveau système d'échange informationnel et symbolique.

O. D. : *Le développement des mondes virtuels n'a-t-il pas inquiété certains observateurs quant aux modes de représentation de l'identité qu'ils peuvent susciter, auprès des adolescents notamment ?*

F. B. : L'investissement dans ces mondes ne prend sens qu'à travers la découverte de leur grammaire

interne et la compréhension des logiques d'action et de transformation qu'ils suscitent. Un observateur non-joueur, ou un joueur non-interprète ne pourront accéder à la spécificité de ces environnements médiatiques s'ils demeurent dans une posture de spectateur. Or, les mondes virtuels développent une esthétique articulée sur le fait que l'on y est d'abord le spectateur de sa propre action. Tout est fait pour que l'on soit impressionné par la dextérité que l'on y développe, par le look de son avatar, par les actions que l'on accomplit. L'écriture d'un soi dans un monde virtuel touche très vite le besoin de réconfort narcissique de chaque individu.

Ces systèmes cultivent des mécanismes renforçant l'estime de soi à travers l'accomplissement de certaines actions, la réalisation de défis. Mais cela est le propre de tout système ludique, et l'une des bases du processus de construction psychique en général. Plus profondément, il me semble que certains discours alarmistes procèdent d'abord de la projection de mécanismes interprétatifs attachés à d'autres médias. L'émergence de la figure de l'avatar est interprétée comme une identité « ludique » en opposition avec l'identité « réelle ». Ces perceptions procèdent souvent d'une confusion entre le processus d'identification et celui de l'engagement dans un dispositif d'écriture. Le regard que peuvent porter les non-joueurs les confond parce qu'ils se focalisent sur l'avatar, alors qu'il n'en

est que le point d'entrée, la part visible d'un système de communication avec ses propres enjeux.

Pour analyser le fondement de ces craintes, il faut aussi comprendre que certains mythes technicistes sont réinvestis à l'endroit des mondes virtuels. Au fond, travaille en arrière plan l'idée que les machines et les programmes informatiques sont à même d'engendrer une intelligence autonome directement en prise avec la psychologie du sujet, qui est interprétée comme un moyen d'altérer la perception humaine dans la relation à ces artefacts. Cette perspective est liée au fondement du projet cybernétique qui envisage la création d'une identité artificielle (depuis la machine de Turing et les expériences de Norbert Wiener) comme un système d'échange informationnel et comme un outil d'autonomisation d'une nouvelle catégorie de non-humain, les intelligences artificielles. Derrière la question de l'avatar, on voit ainsi émerger des fantasmes liés à l'externalisation de l'identité humaine *via* des dispositifs techniques qui pourraient ébranler notre culture. Toute la difficulté est donc de séparer la mythologie cybernétique, la réalité des usages actuels de nouveaux systèmes de communication, et le fait qu'incontestablement ces médias investissent – comme ceux qui les ont précédés mais avec de nouvelles spécificités – le jeu des identités dans leur relation directe à l'émergence de nouveaux supports de projections de soi et du monde.

O. D. : *Mais l'engagement n'est-il pas une première étape d'entrée dans ces mondes, qui peut ensuite déboucher sur une identification à l'avatar ?*

F. B. : Évidemment, lorsque l'on s'engage dans un monde virtuel en y réalisant des actions qui prennent sens pour une communauté, on peut en venir à faire rivaliser, plus que confondre, deux identités sociales. Cette identité « virtuelle » correspond dans la plupart des cas à une forme d'engagement qui est équivalente à celle d'un individu dans sa profession ou dans une activité de loisir socialisée, comme la pratique sportive par exemple. Le monde virtuel est donc à la fois un média et une zone de production événementielle relativement autonome, ce qui ne signifie en rien que celle-ci soit séparée du monde ou qu'elle soit « non réelle ». Puisqu'elle existe pour des millions de personnes, elle est par définition réelle.

Si l'on s'appuie sur les travaux en psychologie et surtout en analyse du mode d'existence des objets techniques de Gilbert Simondon (1969), on peut dire qu'il y a un processus d'individuation collectif en jeu ici. Ceci n'est pas nouveau, mais prend une dimension particulière dès lors qu'il résulte d'une intersubjectivité manifestée par et dans un système technique inédit. Car ces derniers sont bel et bien le fruit d'un agencement technique et d'un entrelacs de segments technologiques qui convergent pour la première fois :

l'image de synthèse, l'intelligence artificielle, le réseau Internet. Le « façonnage identitaire » en jeu à travers ces usages n'est vraisemblablement pas étranger à l'avènement de ce nouveau système technique. Les phénomènes d'addiction constatés sur les jeux de rôle en ligne s'expliquent classiquement par la rencontre entre un sujet, son terrain addictif et un système ludique ayant optimisé des règles et des procédures d'engagement. Il est probable alors que le phénomène de co-individuation, entre des interprètes et un système technique en pleine genèse, intervienne aussi, et de manière plus profonde, comme un facteur à part entière dans l'explication de l'intensité de l'engagement, mais aussi de l'identification aux effets culturels et communicationnels de ce dernier.

O. D. : Ne pourrait-on pas voir dans cet engagement une façon de mobiliser des « faces » de l'individu au sens goffmanien du terme, qui sont destinées à s'adapter à cet écosystème particulier dont vous parlez ?

F. B. : Comme n'importe quel autre objet d'écriture et de projection imaginaire, l'avatar et ses propriétés permettent de travailler les facettes de la représentation, de développer des « rôles » fondés sur des appareillages symboliques en accord avec ces cadres interactionnels. S'il y a un lien entre ce que l'on construit et soi, les mondes virtuels permettent à l'individu d'y construire

aussi bien des prolongements de lui-même, que des variations autour de sa représentation dans un monde. Celles-ci peuvent être aussi bien idéales que transgressives, mais je dirais qu'elles résultent toujours plus ou moins d'un croisement entre une logique de duplication, une variation, et une approche idéalisée de cette projection. À partir de là, les mondes virtuels peuvent fonctionner, au même titre que l'Internet en général, comme des chambres de compensation de souffrances liées à l'estime de soi, à des fragilités identitaires, ou à des difficultés à communiquer pour certains. Tout l'enjeu est de saisir la complémentarité qui peut exister entre le rapport au monde que l'on a dans un environnement d'individuation global et dans cet espace de co-individuation entre utilisateurs, et ce nouveau dispositif technique, social et culturel.

O. D. : La solution serait-elle, comme certains le proposent, dans un encadrement juridique plus resserré et adapté aux évolutions que connaissent ces dispositifs et les pratiques qui en découlent ?

F. B. : Tout dépend d'où viennent ces initiatives. Il me semble que la volonté d'encadrer juridiquement la circulation, la responsabilité, la notion de propriété dans un monde virtuel, peut très vite procéder d'une intention de moralisation ou du moins d'une série d'intentions régulatrices qui ne sont pas neutres. Bien

évidemment, comme pour toute production technologique, les questions éthiques et leurs adaptations réglementaires ont largement une raison d'être, et devraient susciter de plus en plus de débats à l'avenir. Mais il est nécessaire pour appréhender ces sujets de partir de connaissances partagées plus poussées, car le degré d'incompréhension entre les cultures actrices et observatrices est à ce jour très élevé. C'est d'ailleurs cette absence de culture partagée qui constitue le premier obstacle à l'élaboration collective d'une réflexion juridique et je dirais même politique et culturelle.

O. D. : À quel niveau s'exerce la législation dans ces mondes virtuels ?

F. B. : La réglementation concerne plusieurs plans : d'une part la propriété intellectuelle et la chaîne de valeur économique générée par ces jeux – liée notamment à l'émergence de monnaies virtuelles – et d'autre part l'addiction au jeu. Un troisième axe encadre les dérives liées aux usages de ces mondes, et notamment les jeux d'argent.

Le premier sujet ayant fait débat sur un plan juridique était de savoir à qui appartenait la valeur produite dans ces mondes par un avatar qui possède des objets, des pouvoirs. Tout dépend du contrat qui existe en amont entre l'entité industrielle qui fabrique ces mondes et l'utilisateur. Plusieurs régimes existent,

selon que l'on est dans un jeu de rôle en ligne ou dans des simulateurs de vie. Par exemple, *World of Warcraft*² est régi par un régime « propriétaire » : au même titre que l'ensemble des graphismes et des objets du jeu, l'avatar appartient de manière contractuelle à *Blizzard Entertainment*, le développeur. Il est ainsi interdit de revendre un avatar, de copier des éléments du design, d'avoir une activité commerciale indépendante autour des éléments du jeu. En revanche, dans un simulateur de vie comme *Second Life*, le contrat stipule que l'avatar appartient au joueur : une fois que ce dernier l'a doté d'attributs spécifiques, l'a fait évoluer dans le monde virtuel, lui a donné un nom et une activité, a payé pour obtenir un territoire, l'avatar lui appartient. On voit là qu'il y a deux approches très distinctes, mais qui ne peuvent être comprises dans leurs limites et potentialités respectives qu'en décrivant les systèmes qui les régissent de manière extrêmement détaillée.

Mais la focale sur l'approche juridique permet surtout de soulever les questions politiques liées à l'informatique en général, aux standards et aux normes sur lesquels sont construits ces mondes. Il s'agit de s'interroger sur les concepteurs, le projet qui les anime et avec quel degré de négociation par rapport à nos environnements culturels et sociaux ils construisent ces univers. On retrouve là l'idée

2. Environ 10 millions d'abonnés en 2015.

qu'aucun objet technique n'est neutre dans les formes technologiques, symboliques et imaginaires qu'il mobilise ou sollicite.

De même, des débats juridiques se sont exercés à l'endroit de ce que l'on a appelé le « second marché » des MMORPGs. Certains acteurs ont en effet mis en place un marché de revente d'avatars, en se positionnant comme prestataires de service auprès d'autres joueurs qui n'avaient pas le temps de faire évoluer leur personnage dans le cadre du système de niveaux du jeu. Plusieurs tribunaux aux États-Unis et en Asie ont statué sur ces pratiques en soulignant qu'il ne s'agissait pas forcément de contrefaçon, qu'on ne pouvait pas avoir de prise juridique sur le temps qu'un joueur choisit de passer à faire évoluer son avatar, ou encore que la propriété intellectuelle ne pouvait s'adapter pour la possession d'une variable dans une base de données – ce que sont au fond les avatars. Cet exemple illustre que la question de la propriété de l'avatar n'est pas résolue et qu'elle relève dans les faits de régimes complexes.

Pour porter le sujet à un niveau plus général, je dirais que s'il y avait un enjeu à faire intervenir le législateur, ce serait en cherchant à ouvrir ces dispositifs à des problématiques éducatives et culturelles plus diversifiées. La Chine, qui compte près de trente millions de joueurs, a financé le développement de jeux consacrés aux mythes et aux légendes chinoises. Sans

Identités numériques. Expressions et traçabilité

doute a-t-elle compris que le devenir identitaire des cultures et des civilisations passera un jour, aussi, par ces nouveaux médias.

Références bibliographiques

GOFFMAN, Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Minuit, 1973.

MARION, Philippe, « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », *Recherches en communication*, n° 7, 1997, p. 61-87.

SIMONDON, Gilbert, *Du mode d'existence des objets techniques*, Paris, Aubier, 1969.

WINKIN, Yves, *La nouvelle communication*, Paris, Seuil, 1981.

L'identité comme stratégie relationnelle

Dominique Cardon

Revue *Hermès* n° 53¹,
Traçabilité et réseaux, 2009

Les enquêtes sur les usages d'Internet font systématiquement apparaître deux résultats absolument contradictoires. D'un côté, les usagers se montrent de plus en plus soucieux des risques de contrôle, de détournement et d'exploitation commerciale des données personnelles qu'ils laissent sur Internet. D'un autre côté, les mêmes se révèlent de plus en plus impudiques dans leurs pratiques d'exposition de soi, notamment sur les réseaux sociaux et les blogs. Cette ambivalence n'est apparente que si l'on est attentif au fait qu'elle oppose une pratique à une représentation. La sociologie des usages rencontre souvent de tels désajustements et elle a appris qu'il était généralement préférable de se fier aux pratiques plutôt qu'aux déclarations. Tout, en effet, laisse à penser que la tendance « expressiviste » qui conduit les personnes à afficher de plus

1. Extraits actualisés de l'article paru p. 61-66.

en plus d'éléments de leur identité personnelle sur le Web n'est pas près de s'éteindre. Aussi est-il nécessaire de comprendre les ressorts sociaux, culturels et psychologiques de ce phénomène, car l'exposition de soi ne signifie pas un renoncement au contrôle de son image. Elle témoigne, au contraire, d'une volonté que l'on pourrait presque dire stratégique d'agir sur les autres en affichant et en masquant certains traits de son identité. Ce paradoxe est au cœur des débats sur la *privacy** dans le Web 2.0.

Public par défaut

Dans le débat sur le respect de la vie privée, il devient de plus en plus utile de distinguer clairement l'agent dont on craint la surveillance. En effet, à la « surveillance institutionnelle » de l'État et des entreprises, autour de laquelle s'organise l'essentiel du débat, se superpose aujourd'hui une « surveillance interpersonnelle » qui prend une importance décisive avec les pratiques du Web 2.0. Sur les plateformes relationnelles, l'exposition de soi est un risque que l'on prend d'abord devant les proches, la famille, les collègues, les employeurs, les amants ou les voisins. Mais si les usagers expriment une crainte générique et prospective à l'égard de la « surveillance institutionnelle », sur laquelle ils n'ont pas d'autre prise que d'espérer une régulation juridique efficace, ils sont en revanche impliqués pratiquement dans la gestion de leur visibilité face à la « surveillance interpersonnelle ».

Or, de ce point de vue, avant d'être un risque, la visibilité est perçue par certains comme une opportunité.

La réussite des plateformes relationnelles doit en effet beaucoup au fait que les personnes prennent des risques avec leur identité en rendant publiques des informations sur elles-mêmes. Les *social network sites* (SNS) exploitent une double dynamique des processus d'individualisation des sociétés contemporaines : un processus de *subjectivation* qui conduit les personnes à extérioriser leur identité dans des signes qui témoignent moins d'un statut incorporé et acquis que d'une capacité à faire (écrire, photographier, créer...) ; et un processus de *simulation* qui conduit les personnes à endosser une diversité de rôles exprimant des facettes multiples et plus ou moins réalistes de leur personnalité. Ces deux dynamiques contribuent à l'accélération et à la diversification des signes identitaires : statut civil, photos et vidéos, liste d'amis, de goûts, préférence politique, mais aussi pseudonymes, **avatars*** et travestissements multiples.

Se publier sous toutes ces facettes sert à la fois à afficher sa différence et son originalité et à accroître les chances d'être identifié par d'autres. Une étude statistique conduite sur les pages personnelles de *Facebook* montre que le nombre d'amis est étroitement corrélé au nombre d'informations que les utilisateurs ont renseignées sur leur fiche et que les informations qui favorisent le plus de connexions sont celles

qui renvoient le plus explicitement à l'univers réel des personnes. Sur les sites de réseau social, l'exposition de soi est la principale technique relationnelle et celle-ci ne trouve son efficacité que si est mise en œuvre la maxime commune à toutes les plateformes du Web 2.0 : les informations postées sont « publiques par défaut ».

Le risque de la visibilité

Il serait cependant hâtif de conclure au développement d'un exhibitionnisme généralisé s'exerçant dans la méconnaissance totale de ses conséquences. Car à bien les observer, les usagers des sites relationnels, même s'ils ont une vue imparfaite des conséquences de leurs actes, mesurent en revanche constamment, par un processus d'essais/erreurs les gênes, troubles, audaces, amusements ou frottements que peut susciter la visibilité particulière que leur donnent les réseaux sociaux. Une partie de l'intérêt qu'ils leur trouvent tient même à la manière dont ces derniers constituent un terrain de jeu singulièrement excitant pour se montrer tout en se cachant. Pour décoder ces pratiques, il faut revenir sur deux notions entendues de façon trop « maximaliste » dans la problématisation juridique de la *privacy* : l'identité personnelle est moins une information qu'un signe relationnel et l'espace public de l'Internet n'est pas complètement public.

**Et si l'identité numérique
était un signe relationnel
plus qu'une information ?**

En premier lieu, on sous-estime considérablement le caractère profondément subjectif des « informations » personnelles produites par les usagers sur eux-mêmes. Loin d'être composé de données objectives, attestées, vérifiables et calculables, le patchwork désordonné et proliférant de signes identitaires exposé sur les SNS est tissé de jeux, de parodies, de pastiches, d'allusions et d'exagérations. L'identité numérique est moins un dévoilement qu'une projection de soi. Les utilisateurs produisent leur visibilité à travers un jeu de masques, de filtres ou de sélection de facettes. Ainsi dévoile-t-on des éléments très différents sur une fiche de *Meetic* destinée à séduire, sur le profil étudiant de *Facebook*, dans le patchwork de goût de *Pinterest* ou à travers l'iconographie imaginative des avatars de *Second Life*. Les utilisateurs multiplient par ailleurs les stratégies d'anonymisation pour créer de la distance entre leur personne réelle et leur identité numérique, et ce jusqu'à défaire toute référence à ce qu'ils sont et font dans la « vraie vie ». L'identité numérique produit donc moins des informations que des signaux...

Pourquoi, en effet, les participants ne cessent-ils de changer leur statut, de laisser des commentaires rapides et infantiles sur les pages de leurs contacts, de signaler leurs variations

d'humeurs, de goûts et d'activités ? On peut interpréter cet activisme de la démonstration de soi comme une parade indispensable pour marquer sa « petite différence ». Les personnes se sentent obligées de constamment signaler (*i.e.* se distinguer) aux autres qu'elles sont en mouvement, en se référant à des goûts, des attitudes, des produits, à l'actualité médiatique ou musicale ou encore aux dernières informations virales sur la Toile, afin de montrer qu'elles sont à la pointe des tendances. On comprend mieux alors le développement de comportements « à risque » comme la révélation de situations intimes, les attitudes « aventureuses » des jeunes filles en ligne, le mélange des genres devant des cercles relationnels différents aussi bien que la tendance à toujours exagérer attitudes, prises de position et humeurs. Ces actes d'exhibition ne résultent pas seulement de la méconnaissance des risques. Les utilisateurs pensent en fait que leur position future est suffisamment sûre pour qu'ils soient certains de ne jamais la compromettre. Pour eux, l'exhibition de soi ne représente ni risque ni contrainte. Elle est un bénéfice, une ressource permettant de signaler une certaine forme d'aisance sociale, une attitude cool et une capacité à jouer avec les codes qui séparent habituellement les familiaux, professionnels et amicaux. L'impudeur apparaît alors comme une compétence, très inégalement distribuée, mais indispensable à ceux qui veulent « réussir » dans les SNS.

Et si Internet n'était pas un espace complètement public ?

Lorsque nous nous inquiétons des risques de l'exposition des personnes sur Internet, nous concevons la visibilité sur le Web sur le modèle des médias traditionnels, tout ce qui y est publié étant considéré comme unanimement et uniformément public. Une vision juridique et morale des comportements sur Internet contribue à cette généralisation, faisant du Web un espace transparent d'informations accessibles à tous. Or, les utilisateurs ont une conception beaucoup plus pratique et moins maximaliste de leur exposition sur Internet. Ils considèrent la Toile comme un espace en clair-obscur, plastique et paramétrable. Ils exploitent les propriétés des différentes plateformes pour construire un public adressé tout en se cachant des autres. Sur leurs *Skyblogs*, les adolescents paraded devant leurs copains. Parents, professeurs ou responsables d'établissements ne font pas partie du public visé et même s'ils peuvent accéder à leur *Skyblog*, il leur faut pour cela s'engager dans de fastidieuses et complexes explorations pour y parvenir.

L'opposition binaire privé/public cache en fait des dimensions beaucoup plus subtiles et de nombreuses positions intermédiaires. On parle d'une « fractalisation du privé et du public », afin d'insister sur le fait que cette opposition se rejoue toujours à différentes échelles. Il y a toujours du privé dans le public et inversement. Ainsi, sur la plateforme publique de *YouTube*, il est possible

d'observer un ensemble de pratiques « publiquement privées », comme ces vidéos personnelles révélant l'identité du producteur (son image ou sa signature y sont apparentes), mais dont la publicité est limitée à un cercle fermé. Il suffit de ne pas la **taguer*** ou de n'y avoir accès qu'avec un code ésotérique connu par un petit groupe limité. La faiblesse des outils de recherche sur *YouTube* permet de préserver des zones de clair-obscur et d'utiliser le système de *tagging* non pour inscrire la vidéo dans une vaste bibliothèque publique, mais pour l'étiqueter avec un code privé.

L'aparté à la cantonade où la communication privée-publique

L'un des traits les plus originaux de la communication dans ces réseaux tient à la manière dont s'y impose progressivement un espace de pratiques qu'il faut appeler *privé-public*. On peut faire remonter ces styles de messages privés-publics aux commentaires sur les blogs où à certains *posts* sur les listes de discussion, mais ils sont devenus de plus en plus « personnalisés », comme en attestent les mots parfois très privés laissés par des utilisateurs sur la page *MySpace* de leurs amis ou sur le *wall* de *Facebook*. Un nombre important de ces messages sont *adressés*, à la manière de la communication interpersonnelle que l'on enferme habituellement dans un mail réservé à ses seuls destinataires. Mais ils sont aussi visibles de tous ceux qui entrent dans le périmètre relationnel des

interactants. Sur les SNS, se généralise ainsi une manière originale de défaire le partage strict entre communications interpersonnelle (privée) et multi-adressée (publique). Sur le modèle de l'aparté à la cantonade, les utilisateurs se targuent de la complicité qu'ils nouent avec quelques-uns, affichent leurs *private jokes*, laissent filtrer leurs affinités électives. Ils truffent leur statut de sous-entendus, d'allusions ou de codes qui ne peuvent être interprétés que par un petit nombre. Bref, ils prennent manifestement du plaisir à cette exhibition de leurs échanges personnalisés. Cette communication privée-publique leur permet de susciter, chez le destinataire et chez tous ceux qui en sont les spectateurs, toutes sortes de réactions (trouble, gêne, moquerie, agacement, fierté, reconnaissance...), qui reproduisent en les amplifiant les formes vives des relations de groupes. L'affichage de ses communications interpersonnelles devient ainsi une des modalités de l'expression de soi.

L'utilisateur-régulateur

À travers ces quelques éléments, nous ne voulons pas minorer l'importance des questions de régulation des données personnelles sur Internet. Simplement, il nous semble nécessaire de comprendre que les utilisateurs ne sont pas totalement démunis face à la surveillance institutionnelle. Ils sont aussi acteurs des stratégies d'exhibition, de masquage et de capture du nouvel espace de surveillance interpersonnelle

qui s'est ouvert à travers les plateformes relationnelles. En étant plus attentif aux motivations sociologiques et culturelles de l'exposition de soi, on comprendra que la manière très particulière dont ces données personnelles sont produites peut aussi être un moyen de les réguler. C'est en renforçant les possibilités de jouer du masque et de l'exposition, et en donnant aux utilisateurs les outils d'un design plastique de leur visibilité que pourront être trouvées des solutions pour une meilleure régulation de la *privacy* sur les sites du Web 2.0.

Utilisation des réseaux socionumériques par les jeunes Européens

Nouveaux résultats sur la vie privée, l'identité et les connexions sociales¹

*Sonia Livingstone
Giovanna Mascheroni
Maria Francesca Murru*

Revue *Hermès* n° 59²,
Ces réseaux numériques dits sociaux, 2011

L'utilisation des réseaux socionumériques est sans doute l'activité en ligne qui connaît actuellement

1. Cet article s'appuie sur les travaux du réseau EU Kids Online, financé par le Programme *Safer Internet* (code de projet SIP-KEP-321803) de la Commission européenne (DG Société de l'information). Les trois auteurs ont travaillé à part égale à la préparation de cet article, en s'appuyant également sur les travaux plus généraux de leurs collègues du réseau EU Kids Online. Pour plus de détails sur la méthodologie de l'enquête, voir <www.eukidsonline.net>.

2. Reprise actualisée de l'article paru p. 89-97, traduit de l'anglais par Annike Thierry.

la croissance la plus rapide auprès des jeunes. Elle suscite un fort intérêt de la part des enfants et des jeunes, des décideurs et du grand public. En tant que plateforme technologique, les réseaux socionumériques illustrent la notion de culture de convergence : en intégrant discussions en ligne, messagerie, contacts, albums photo et fonctions de gestion de blog, les réseaux socionumériques intègrent potentiellement toutes sortes de modes de communication en ligne et hors ligne de façon plus transparente que jamais auparavant (Jenkins, 2006). En tant que médias sociaux, les réseaux socionumériques modifient potentiellement les relations sociales de la vie quotidienne : à mesure que les enfants deviennent adolescents, puis adultes, la gestion d'un équilibre entre intimité et vie privée (ce qu'il faut révéler de soi et à qui, quand et avec quel risque personnel) devient une préoccupation absorbante, de plus en plus largement exprimée et visible aux yeux de tous, sur ces nouvelles plateformes destinées aux communications sociales et aux activités en réseau.

Dans cet article, nous présentons les nouvelles conclusions du projet EU Kids Online, réalisé à l'échelle de l'Europe, sur la façon dont les enfants et les jeunes exploitent les possibilités des réseaux *peer-to-peer** offertes par les réseaux socionumériques. Dans ce projet axé sur les expériences vécues par des enfants et des parents européens dans l'utilisation à

risque ou plus sûre d'Internet et des nouvelles technologies en ligne, plus de 25 000 enfants âgés de 9 à 16 ans d'un échantillon aléatoire stratifié composé d'environ 1 000 enfants de chaque pays ont été interrogés en face à face, à leur domicile, entre le printemps et l'été 2010.

Cette contribution examine la façon dont les enfants négocient et gèrent l'équilibre entre vie privée et exposition de soi au travers de leur autoreprésentation en ligne, qui leur permet de maintenir et d'élargir leurs réseaux sociaux. Elle s'interroge sur ce qui explique cet essor spectaculaire d'une nouvelle forme de communication – et sur ce qui la rend si attrayante pour les adolescents en particulier.

De nouvelles possibilités d'identité et de connexions sociales

Si une discussion en ligne peut sembler vide de sens pour l'observateur extérieur (une répétition sans fin de « comment vas-tu ? », « que fais-tu ? », « tu as l'air en forme »), pour ceux qui y participent, c'est une activité sociale très prisée. Comme l'écrit Clark (2005) c'est la « génération du contact permanent ». Mais ce n'est pas seulement une communication phatique. Drotner affirme que « pour les jeunes, les

médias font partie d'une gamme de signes culturels disponibles pour des processus d'interprétation qui sont situés dans le temps et l'espace et dépendent de contraintes de production, de distribution et de ressources pour la réception » (Drotner, 2000, p. 59). En ce qui concerne les réseaux socionumériques, il semble que le travail d'interprétation soit fortement axé sur le soi en développement (*developing self*) pour emprunter les termes de Mead (1934), à la fois le « je » comme dans « qui suis-je ? » et pour moi-même, et le « moi », comme dans « la façon dont les autres me voient et me répondent », et « à quelle communauté j'appartiens ? ».

Dans la négociation d'un équilibre entre la volonté de reconnaissance d'un soi unique et le besoin d'être identifié avec d'autres (Buckingham, 2008), le processus de construction de l'identité se fait en pratique dans des contextes particuliers. Ces contextes permettent d'instaurer une dialectique entre la mise en scène, encadrée par les conventions sociales et les codes particuliers de l'autoreprésentation, et la réflexivité développée grâce aux retours attendus ou réels des publics.

Les affichages de son identité sur les réseaux socionumériques, et la conception particulière des sphères publiques et privées qu'ils favorisent, dépendent du type de public qui a été imaginé par le sujet (Boyd, 2006), et sont ensuite influencés par la conception

du site web (Livingstone, 2008). Ainsi, pour comprendre les pratiques culturelles du développement de soi mises en œuvre sur les réseaux socionumériques, une première étape consiste à analyser l'« écologie » spécifique aux connexions sociales au sein desquelles interagissent les utilisateurs, en se concentrant sur la gestion active par les utilisateurs des frontières de leur réseau social. C'est ce que nous explorons ci-dessous.

Utilisation par les enfants des réseaux socionumériques

Dans les 25 pays étudiés par le programme EU Kids Online, 59 % des jeunes internautes européens âgés de 9 à 16 ans disposent de leur propre profil de réseau social (Livingstone *et al.*, 2010). L'utilisation des réseaux socionumériques varie peu selon le sexe (60 % des filles, 58 % des garçons) ou le statut socio-économique (de 57 % pour les enfants de ménages à faible statut socio-économique, à 61 % pour ceux qui sont issus de ménages à statut socio-économique élevé). Les résultats en fonction de l'âge sont très différenciés. Même si de nombreux réseaux socionumériques populaires (par exemple *Facebook*, *MySpace*) imposent une limite d'âge, 26 % des enfants âgés de 9 à 10 ans signalent qu'ils ont leur propre profil, et

c'est aussi le cas de 49 % des enfants âgés de 11 à 12 ans, de 73 % des enfants de 13 à 14 ans et de 82 % des jeunes âgés de 15 à 16 ans. On peut en conclure que les réseaux socionumériques englobent maintenant la totalité de ce groupe d'âge. Deux questions se posent pour poursuivre cette recherche : Quel est le déclencheur social qui amène les enfants à s'inscrire, à un certain âge ? Pourquoi certains ne s'inscrivent-ils pas ?

L'utilisation varie aussi considérablement selon les pays³. Bien que l'utilisation des réseaux socionumériques ait tendance à être inférieure à la moyenne dans les pays du sud de l'Europe, il n'y a pas de division claire entre Europe du Nord et Europe du Sud. Il semble que ce soit aux Pays-Bas (80 %), en Lituanie (76 %) et au Danemark (75 %) que les réseaux socionumériques sont les plus populaires et en Roumanie (46 %), en Turquie (49 %) et en Allemagne (51 %) qu'ils sont les moins utilisés. Pourtant, même dans ces derniers pays, environ la moitié de la population âgée de 9 à 16 ans

3. Pour visualiser ces résultats sous forme de tableau et de diagramme, se rapporter à LIVINGSTONE, Sonia, HADDON, Leslie, GÖRZIG, Anke et ÓLAFSSON, Kjartan, « Risks and Safety on the Internet : The Perspective of European Children », Full Findings, Londres, LSE, EU Kids Online, 2010.

Disponible sur : <[http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf](http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf)>, consulté le 06/03/2015.

affirme disposer de son propre profil. Ce chiffre atteint les trois-quarts de la population concernée dans les pays « leaders ». Les chiffres sont comparables aux États-Unis, où 73 % des internautes adolescents américains âgés de 12 à 17 ans utilisaient des réseaux socio-numériques en 2009 (Lenhart *et al.*, 2010).

Cercles de contacts en ligne

Les principales idées reçues sur les réseaux socio-numériques sont souvent critiques vis-à-vis des jeunes : la notion d'amitié se serait vidée de sens, les jeunes auraient des centaines d'amis et ne feraient guère de distinction entre leurs contacts en ligne. Pourtant, l'enquête a révélé que la moitié d'entre eux ont moins de cinquante amis sur leur profil de réseau social, et qu'environ un cinquième en a moins de dix. Toutefois, près d'un tiers signalent en avoir plus de cent, et ce chiffre présente d'importantes variations selon les pays.

Ces contacts sont-ils en train de remplacer les relations en face à face, comme on le craint fréquemment ? Les résultats⁴ montrent que la majorité des contacts en ligne maintenus grâce aux réseaux socio-numériques ainsi qu'à la messagerie électronique et instantanée sont présents dans des cercles sociaux hors

4. *Ibid.*

ligne. Dans l'ensemble, 87 % des utilisateurs d'Internet sont en contact avec des gens qu'ils ont d'abord rencontrés en personne, 39 % sont en contact avec des gens qu'ils ont d'abord rencontrés sur Internet, mais qui font partie de leur cercle familial/ amical, et 25 % sont en contact avec des personnes qu'ils ont seulement connues par le biais d'Internet. Mais un tel comportement varie selon les enfants. Sensiblement plus de garçons (31 %) que de filles (20 %) communiquent en ligne avec des personnes qu'ils ont connues seulement en ligne, peut-être parce qu'ils trouvent les contacts face à face plus difficiles, ou parce qu'ils prennent plus de risques, ou parce que ces contacts sont entretenus par le biais de jeux multi-joueurs, qui sont aussi plus fréquemment utilisés par les garçons. Des différences d'une ampleur similaire sont observées entre différents niveaux d'âges et de statut socio-économique.

Bien que la plupart des liens d'amitié soient des relations sociales « multimédia » (Baym *et al.*, 2004 ; Mascheroni, 2010), certains sont exclusivement permis par un accès en ligne. En effet, 40 % des internautes européens disent qu'ils ont cherché de nouveaux amis sur Internet et 34 % ont ajouté des contacts qu'ils ne connaissent pas personnellement. Nous ne pouvons déterminer si cela remplace les communications hors ligne, et de nouvelles études seraient nécessaires pour déterminer si cette situation est associée à des contacts « à risque ».

Situations de communication en ligne et hors ligne

On peut se demander pourquoi les enfants complètent leur communication en face à face par une communication en ligne. L'enquête invitait les enfants à comparer les communications en ligne et hors ligne. Elle a établi que 50 % des jeunes internautes âgés de 11 à 16 ans dans toute l'Europe ont un peu ou beaucoup plus de facilité à être eux-mêmes sur Internet que lorsqu'ils sont en face à face avec d'autres personnes. En outre, 45 % des jeunes disent qu'ils parlent sur Internet de choses différentes de celles dont ils discutent avec des gens en face à face. 32 % affirment que, sur Internet, ils parlent de choses privées dont ils ne pourraient pas discuter avec des gens en face à face. La plupart des enfants ne font pas vraiment de distinction entre les communications en face à face et en ligne, mais pour près de la moitié, Internet offre des possibilités de communication plus variée, plus intime ou plus authentique, ce qui, selon des études qualitatives, serait quelque chose que les adolescents gèrent particulièrement difficilement dans des situations en face à face (Livingstone, 2009).

Trois applications fournissent les principaux moyens qui permettent aux enfants de communiquer

en ligne avec des gens qu'ils connaissent déjà en personne. Dans le groupe des 11 à 16 ans qui utilisent la messagerie électronique, 84 % l'utilisent pour contacter des gens qu'ils connaissent personnellement. Pour la messagerie instantanée, le chiffre est de 82 %, et pour les réseaux socionumériques, le chiffre est un peu inférieur, à 78 %. Pour ceux qui utilisent les mondes virtuels, jouent à des jeux en ligne ou participent à des discussions en ligne, environ six sur dix sont en contact avec des gens qu'ils connaissent en personne (58 %, 63 % et 61 %). Chaque application est utilisée par un quart à un tiers des jeunes pour communiquer avec des gens qu'ils n'ont jamais rencontrés en personne mais qui font partie de leur cercle social hors ligne. En ce qui concerne les mondes virtuels, les jeux en ligne et les forums de discussion en ligne, plus d'un tiers des jeunes utilisent ces applications pour communiquer avec des gens avec lesquels ils n'ont aucune relation en dehors de leurs contacts par Internet. Pour la messagerie électronique, la messagerie instantanée et les réseaux socionumériques, ces contacts sont beaucoup moins nombreux. Toutefois, que 12 % de ceux qui utilisent des réseaux socionumériques soient en contact de cette manière avec des personnes avec qui ils n'ont aucun autre lien, n'est pas une donnée négligeable.

Vie privée et exposition de soi

On fait facilement l'hypothèse, dans le débat populaire, que les enfants n'ont pas vraiment de sens de la vie privée, et qu'ils sont susceptibles de poster tout et n'importe quoi sur leur profil. Pourtant, l'étude vient confirmer des constats qualitatifs qui indiquent que les enfants sont très soucieux de la confidentialité de certains types d'informations. Elle montre que la plupart gardent leur profil soit privé (limité aux amis) soit partiellement privé (amis, amis des amis, réseaux). Moins d'un tiers (26 %) ont un profil public, le chiffre étant plus élevé chez les garçons et les enfants de foyers à statut socio-économique plus élevé, et plus faible chez les filles et les enfants de ménages à statut socio-économique inférieur.

L'âge entraîne étonnamment peu de différence. Le fait de se faire de nouveaux amis entraîne des risques particuliers pour la vie privée et la sécurité. Les décisions sur les paramètres d'identification à révéler sur un profil de réseaux socionumériques peuvent donc être particulièrement difficiles. En moyenne, les enfants mentionnent environ trois des cinq paramètres d'identification demandés, et un sur sept indique son adresse ou son numéro de téléphone. La fraction d'un jeune sur six qui donne un âge incorrect révèle une tension similaire : certains enfants se disent plus âgés

qu'ils ne le sont réellement pour accéder à des sites où des limites d'âges sont imposées, mais leurs camarades sauront, bien sûr, leur âge réel.

Une simple matrice de corrélation des variables présentées, réalisée au niveau de chaque pays, révèle que dans les pays où les enfants ont plus de contacts à travers les réseaux socionumériques, les profils ont aussi tendance à indiquer plus de paramètres d'identification. Ces pays sont la Belgique, la Hongrie, les Pays-Bas et le Royaume-Uni. C'est la situation inverse en Bulgarie, en Roumanie et en Allemagne⁵. On ne sait pas encore si cela implique que dans certains pays, dotés de plus vastes réseaux et d'une divulgation plus large des informations personnelles, les enfants profitent d'une culture en ligne d'amusement et d'amitié ou si, au contraire, cela entraîne une culture de contacts à risque ou même dangereux.

Un deuxième modèle est révélé par les relations entre trois variables⁶. Lorsqu'il y a plus d'enfants avec des profils publics dans un pays, ceci s'accompagne

5. Pour cette corrélation au niveau des pays ($N = 25$), $r = 0,494$, $p < 0,012$.

6. Corrélation entre le pourcentage de profils publics et le pourcentage d'âge incorrect, $r = -0,499$, $p < 0,011$. Corrélation entre le pourcentage de profils publics et le pourcentage d'adresses/numéros de téléphone, $r = 0,584$, $p < 0,002$. Corrélation entre le pourcentage d'âge incorrect et le pourcentage d'adresses/numéros de téléphone, $r = 0,558$, $p < 0,004$.

d'une divulgation plus fréquente de l'adresse/du numéro de téléphone de l'enfant, et d'une plus grande probabilité de mention de l'âge réel. On peut citer à titre d'illustration la Hongrie, la Roumanie et la Pologne. En revanche, dans les pays où les profils privés sont plus fréquents, les enfants ont tendance à mentir sur leur âge mais affichent moins souvent leur adresse/numéro de téléphone. On peut citer ici le Royaume-Uni, l'Irlande et l'Espagne. En d'autres termes, si les personnes qui font de la sensibilisation espèrent que, dans une culture où les profils des enfants sont publics, ces derniers n'affichent pas leur adresse ou leur numéro de téléphone, c'est en fait le contraire qui se produit. Dans les cultures de réseaux socionumériques « publics », les enfants ont plus tendance à donner leur âge réel et d'autres informations d'identification, alors que dans les cultures à réseaux socionumériques « privés », les enfants ont tendance à mentir sur leur âge et à ne pas divulguer d'autres éléments d'identification.

En conclusion, les réseaux socionumériques sont devenus des lieux privilégiés pour la gestion des relations sociales (Baym, 2010) qui sont pleinement intégrés, tout comme la messagerie électronique et la messagerie instantanée, dans les répertoires de la communication en ligne chez les jeunes. Cependant, contrairement à la messagerie électronique et instantanée, ce sont aussi des lieux de création de nouvelles

relations sociales. Selon nous, cette différence est inhérente aux affordances des réseaux socionumériques, prônant le modèle identitaire dominant de la « connexion par intermédiaire » avec d'autres personnes (Livingstone, 2008), en particulier dans la façon dont les amitiés sont créées et affichées. La façon dont les réseaux socionumériques, plus que toute autre plateforme, permettent d'entretenir les connexions avec des « liens latents », « amis d'amis » par exemple, ou avec des contacts déjà connus personnellement, est particulièrement remarquable (Haythornthwaite, 2005).

L'interprétation des pratiques de rencontres de nouvelles personnes en ligne, en particulier lorsqu'il n'y a pas de lien avec un cercle social existant, devra faire l'objet d'une recherche plus approfondie. S'il s'agit, en effet, d'une pratique à risque, alors les efforts de sensibilisation doivent se concentrer sur les garçons, les adolescents plus âgés et les jeunes de foyers à statut socio-économique élevé. En revanche, la communication avec d'autres personnes qui n'ont pas été rencontrées personnellement permet d'avoir des réseaux plus étendus et/ou plus spécialisés, ce qui passerait donc par une meilleure culture numérique et une plus grande confiance en soi, qu'on peut s'attendre à trouver chez les garçons, les adolescents plus âgés et les enfants des classes moyennes au capital culturel et social plus étoffé. Si l'on prolonge

cette supposition, les études qualitatives menées sur des adolescents plus âgés ont mis en évidence que certains préfèrent une exposition de soi précisément libérée de contextes sociaux hors ligne afin de parvenir à une expérience en ligne de participation et d'expression plus « pure » ou « authentique » (Murru, 2010).

Il est également intrigant de voir dans quelle mesure les pratiques de communication observées varient selon les pays en Europe. Par exemple, les relations observées entre les variables vie privée/exposition de soi suggèrent deux situations distinctes dans lesquelles les enfants divulguent des informations personnelles sur les réseaux socionumériques, au niveau national : une culture caractérisée par de multiples contacts en ligne, et/ou une culture privilégiant les profils publics. Même si certains pays peuvent avoir un profil distinct dans les deux cas de figure, par exemple la Hongrie, où les cercles de contacts sont larges et où la plupart des profils sont à la fois publics et divulguent beaucoup d'informations, il n'y a pas de corrélation significative entre le nombre de contacts et l'utilisation de profils publics ou privés par les enfants.

Il semble plutôt que dans un type de culture réseaux socionumériques, les enfants cherchent à profiter du potentiel des réseaux socionumériques en construisant de larges cercles de contacts et en

divulguant des informations personnelles. Dans un autre type, les enfants semblent avoir appris à la fois à conserver leur profil privé et à ne pas poster d'informations d'identification. Toutefois, ils paraissent avoir plus tendance à mentir sur leur âge, probablement en premier lieu pour profiter de l'accès à ces mêmes sites. Ces différentes cultures en ligne peuvent s'expliquer par des contextes sociaux hors ligne. Elles peuvent aussi dépendre des affordances spécifiques des réseaux socionumériques utilisés par les enfants dans chaque pays, car elles sont variables, un site dominant les autres dans un pays donné, et chacun permettant certaines pratiques plus que d'autres. En somme, la vie privée est loin d'être morte, mais elle est modulée de façon variable selon différents types de culture numérique.

En faisant le lien entre ces différents éléments, une hypothèse commence à se dessiner selon laquelle il existerait une certaine relation entre différents styles de gestion de la vie privée et le type de public que l'on attend lorsque l'on divulgue son identité, comme l'indique le type de relations entretenues au travers des affordances spécifiques des différentes plateformes en ligne (Robinson, 2007). Même s'il est communément admis que les communications plus authentiques sont réservées aux contacts plus approfondis également appelés « hors ligne », la recherche d'une intimité en ligne mise en évidence ici suggère

des hypothèses plus complexes qui devront faire l'objet d'autres études.

Références bibliographiques

BAYM, Nancy K., *Personal Connections in the Digital Age*, Cambridge, Polity Press, 2010.

BAYM, Nancy K., ZHANG, Yan Bing et LIN, Mei-Chen, « Social Interactions Across Media : Interpersonal Communication on the Internet, Telephone and Face-to-face », *New Media & Society*, volume 6, n° 3, 2004, p. 299-318.

Disponible sur : <http://www.uk.sagepub.com/ciel/study/articles/Ch12_Article.pdf>.

BOYD, Danah, « Friends, Friendsters, and Top 8 : Writing Community Into Being on Social Network Sites », *First Monday*, n° 11-12, 2006.

Disponiblesur: <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1418/1336>>.

BOYD, Danah, « Why Youth Heart Social Network Sites : the Role of the Networked Publics in Teenage Social Life », in BUCKINGHAM, David (dir.), *Youth, Identity and Digital Media*, Cambridge, MIT Press, 2008, p. 119-142.

Disponible sur : <<http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf>>.

BUCKINGHAM, David, (dir.), *Youth, Identity and Digital Media*, Cambridge, MIT Press, 2008. (Voir en particulier « Introducing Identity », p. 1-24).

CLARK, Lynn, « The Constant Contact Generation », in MAZZARRELLA, Sharon (dir.), *Girl Wide Web. Girls, the Internet, and the Negotiation of Identity*, New York, Peter Lang, 2005, p. 203-221.

DROTNER, Kirsten, « Difference and Diversity : Trends in Young Danes' Media Use », *Media, Culture and Society*, volume 22, n° 2, 2000, p. 149-66.

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

Disponible sur : <http://www.loooker.com/wp-content/uploads/2013/05/Social-networks-and-Internet-connectivity-effects_13691180500146185.pdf>.

JENKINS, Henry, *Convergence Culture*, New York, New York University Press, 2006.

LENHART, Amanda, PURCELL, Kristen, SMITH, Aaron et ZICKUHR, Kathrin, « Social Media & Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults, Washington », *Pew Internet and American Life Project*, 2010. [En ligne]

Disponible sur : < http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2010/PIP_Social_Media_and_Young_Adults_Report_Final_with_toplevels.pdf>.

LIVINGSTONE, Sonia, « Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation : Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression », *New Media & Society*, volume 10, n° 3, 2008, p. 393-411.

LIVINGSTONE, Sonia, *Children and the Internet*, Cambridge, Polity Press, 2009.

LIVINGSTONE, Sonia, HADDON, Leslie, GÖRZIG, Anke et ÓLAFSSON, Kjartan, « Risks and Safety on the Internet : The Perspective of European Children », *Full Findings*, Londres, LSE, EU Kids Online, 2010.

Disponible sur : <[http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIRReports/D4FullFindings.pdf](http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIRReports/D4FullFindings.pdf)>.

MASCHERONI, Giovanna, « Reti sociali e connettività ubiqua », in PASQUALI, Francesca, SCIFO, Barbara et VITTADINI, Nicoletta

(dir.), *Crossmedia Cultures. Giovani e pratiche di consumo digitali*, Milan, Vita e Pensiero, 2010, p. 45-62.

MEAD, George Herbert, *Mind, Self and Society : From the Standpoint of a Social Behaviourist*, Chicago, University of Chicago Press, 1934.

MURRU, Maria Francesca, « Il mosaico delle identità. User generated contents e prodotti mediali a servizio della costruzione del sé », in PASQUALI, Francesca, SCIFO, Barbara et VITTADINI, Nicoletta (dir.), *Crossmedia Cultures. Giovani e pratiche di consumo digitali*, Milan, Vita e Pensiero, 2010, p. 97-114.

ROBINSON, Laura, « The Cyberself : The Self-ing Project Goes Online, Symbolic Interaction in the Digital Age », *New Media & Society*, volume 9, n° 1, 2007, p. 93-110.

Tous les liens vers les articles web ont été consultés le 6 mars 2015.

Géolocalisation et incertitude

Jacques Perriault

Revue *Hermès* n° 53¹,
Traçabilité et réseaux, 2009

Un phénomène sociotechnique de grande ampleur a emboîté le pas à la couverture de la planète par des réseaux numériques : la géolocalisation. Nous faisons l'hypothèse qu'il est corollaire de la société de l'incertitude (Beck, 2001). Aujourd'hui, pas une étoile, pas une planète en dehors du système solaire, pas une rue sur la Terre (*Google Earth*, GPS), pas une personne (par son GSM), pas un gène qui ne soit localisable, traçable et mis en fiche. Quel lien cela présente-t-il avec la société de l'incertitude ? Il passe par l'identité numérique personnelle de deux façons : les traces numériques personnelles aident à localiser tout individu ; elles permettent à tout individu de se localiser lui-même, de savoir avec la plus grande précision où il se trouve. Le premier aspect concerne essentielle

1. Extrait de l'article « Traces numériques personnelles, incertitude et lien social », paru p. 13-20.

ment aujourd'hui les pouvoirs publics, policiers notamment, mais le maintien de ce monopole voit son temps compté car des systèmes de poursuite sont déjà sur le marché à la disposition de tous. Le second, plus intéressant pour notre propos, reflète la montée en puissance de la mobilité comme valeur sociale fondamentale.

Les technologies de l'information et de la communication en tant que révélatrices par leurs usages d'aspirations sociales latentes indiquent l'existence d'une forte attente quant à la mobilité, par le succès foudroyant du nomadisme numérique que manifestent les téléphones mobiles, les ordinateurs portables, les iPod, les Smartphones et aujourd'hui le GPS (*Global positioning system*), dispositif qui ne concerne plus seulement les automobiles mais aussi les piétons).

De multiples pratiques sociales de grande ampleur vérifient ce constat. La mère de famille dote ses enfants de téléphones portables pour toujours savoir où ils sont. L'installation d'innombrables espaces Wifi atteste un usage très important de l'ordinateur portable au cours de déplacements. Les automobiles sont désormais équipées de dispositifs GSM. Tous ces appareils, notons-le, produisent des traces numériques personnelles. Dans son livre, *Virtuel, mon amour* (2008), Serge Tisseron relève que les trois questions fondamentales posées lors d'un entretien téléphonique cellulaire sont, dans l'ordre : « T'es où ? Tu fais quoi ? T'es seul(e) ? » Pour Tisseron, ces questions concernent des repères fondamentaux de la vie en groupe, surtout chez

les jeunes : la localisation, l'activité, le lien. De telles questions se posent moins dans une société stable : le lieu est connu en fonction de l'emploi du temps de même que l'activité et que la compagnie de l'interlocuteur.

Dans la société incertaine, cette séquence interrogative prend le double statut d'un questionnement et d'une prise de données en temps réel. L'interlocuteur qui appelle est dans l'incertitude à propos de celui ou celle qu'il cherche à atteindre. Vu sous cet angle, cet acte prend l'allure d'un contrôle en temps réel. C'est bien le cas de la mère de famille qui vérifie les parcours de ses enfants. Mais ce peut être aussi une vérification par l'émetteur qu'il se trouve toujours dans le champ de contact de celui qu'il appelle. En d'autres termes, il s'assure qu'à l'instant donné de son appel, il ne se trouve pas dans une situation d'incertitude par rapport à l'Autre.

Nous retrouvons là une fonction invariante des machines à communiquer qui est de rassurer (Perriault, 2008). Ce qui appelle à vérifier l'existence de « peurs » corollaires. Dans leurs discours de présentation, depuis les origines, les inventeurs affichent la volonté de réguler un déséquilibre par la nouvelle machine à communiquer qu'ils proposent. Ce déséquilibre est très souvent affectif : Graham Bell inventa le téléphone pour s'entretenir avec sa fiancée sourde ; beaucoup de journalistes parlèrent au moment de la présentation du téléphone au public d'une machine qui « supprimerait l'absence » (Martin, 2006). On retrouve cet objectif dans le « T'es où ? » qui a

remplacé le « Allo », qui marque aussi le fait que l'interlocuteur lointain n'est plus localisable, comme il l'était avec un appareil fixe. La réponse précise au « T'es où ? » l'informe et dissipe l'incertitude. On peut aller plus loin en remarquant que de très nombreux internautes reportent aujourd'hui sur le Web les ancrages qu'ils avaient antérieurement dans la société civile par le truchement du monde associatif. Les appartenances à *Facebook*, *Linkedin*, etc., fonctionnent comme des marqueurs qui aident ceux qui y participent à se situer socialement. N'y a-t-il pas là une nouvelle forme de localisation en marche ?

Dans une société moins « incertaine » qu'aujourd'hui, l'aspect rassurant des machines à communiquer avait déjà été relevé. L'incertitude s'étant accrue, l'usage « rassurant » de ces appareils s'est accru de même, telle est l'hypothèse. Contrairement aux générations antérieures, les machines actuelles permettent la production de trace. La conjecture est ici que cette production est instrumentée pour préserver le lien social, l'estime de soi, la considération par autrui dans une société où l'incertitude est devenue permanente, ce qui légitime le recours à une constante recherche d'informations en temps réel.

Références bibliographiques

BECK, Ulrich, *La société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Aubier, 2001.

MARTIN, Corinne, *Le téléphone portable et nous*, Paris, L'Harmattan, 2006.

PERRIAULT, Jacques, *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer*, Paris, Flammarion, 1989 (nouvelle édition, L'Harmattan, 2008).

TISSERON, Serge, *Virtuel, mon amour*, Paris, Albin Michel, 2008.

Du signe à la trace : l'information sur mesure

Louise Merzeau

Revue *Hermès* n° 53¹,
Traçabilité et réseaux, 2009

L'essor du numérique ne se réduit ni à une nouvelle codification des contenus, ni à l'introduction d'un nouveau canal de circulation. C'est une transformation environnementale, qui affecte les structures et les relations. Une telle mutation ne déstabilise pas seulement des usages et des objets. Elle remet en question les modèles conceptuels qui servent à les formaliser. C'est dire que la pensée du message et du document, qui fonde les sciences de l'information et de la communication, doit évoluer vers une pensée de la traçabilité.

1. Reprise actualisée de l'article paru p. 23-29.

La trace, entre information et communication

Dans la culture numérique, le signe, le message et le document sont appelés à être subsumés dans la catégorie des traces. Celle-ci ne désigne pas un nouveau type d'objet, mais un mode inédit de présence et d'efficacité, lié aux caractéristiques techniques et sociales des réseaux.

Du télégraphe à l'empreinte

Les SIC se reconnaissent au moins une convergence : l'étude des messages et de leur traitement au sein de systèmes machiniques ou sociaux. Qu'on les examine sous l'angle technique, sémiotique, pragmatique ou sociologique, les processus d'information et de communication sont toujours pensés comme des opérations portant sur des signaux, des formes ou des contenus. Les sciences du document s'intéressent à leurs supports ou leurs agencements logiques ; l'étude des médias se focalise sur leurs effets de sens et d'organisation. Dans le modèle télégraphique, l'information mesure la probabilité d'apparition et de distorsion des signaux (Shannon et Weaver, 1948). Dans le modèle orchestral, la communication est « multicanal » et les signaux enveloppent les participants (Bateson *et al.*, 1981). Mais, dans aucun des schémas fondateurs de la pensée

communicationnelle, il n'est question d'empreintes, de signatures ou de traces. Or, c'est en ces termes que présence et transaction doivent être décrites dans l'environnement numérique. Adressage des pages, identification des ordinateurs (IP), mémorisation des préférences, tatouages des documents, *login*... avant d'être un arrangement signifiant, l'instruction informatique est un marquage, une « trace, construite ou retrouvée, d'une communication en même temps qu'un élément de systèmes identitaires » (Roger T. Pédaque, 2006, p. 32).

Le signe, tel que les SIC et la sémiologie le définissent, procède d'un acte d'énonciation doté de sens et (en partie au moins) d'intentionnalité. L'empreinte numérique, elle, est automatiquement produite à l'occasion d'un calcul, d'un codage ou d'une connexion, le plus souvent sans que le sujet en soit conscient. Au lieu d'articuler une face sensible (signifiant) à une représentation psychique (signifié), la trace assigne une signature invisible à un comportement informationnel, qui n'est pas toujours perçu comme tel. Téléphoner, voyager, cliquer sur un lien, commander un produit en ligne... autant d'activités que l'on pratique « en aveugle », sans les éprouver comme traçage. L'équivalence entre communication et conduite, que les chercheurs de Palo Alto avaient établie pour critiquer la linéarité du modèle télégraphique, trouve ainsi un prolongement inattendu. Quand chaque agissement social se traduit en données, il n'est plus besoin

de poser le cadre d'une relation interpersonnelle pour établir qu'on ne peut pas communiquer, puisque désormais *on ne peut plus ne pas laisser de traces*.

L'étagement des niveaux de communication s'en trouve bouleversé. Dans les échanges étayés par les médias traditionnels, « la sémantique de la relation ou du cadre précède les contenus de nos représentations, et pilote celles-ci » (Bougnoux, 1998, p. 19). En milieu numérique, la trace est en deçà de tout cadrage métacommunicationnel. Nos actes produisent de l'information avant même qu'un message-cadre ne vienne les « intentionnaliser ». C'est tout le paradoxe des réseaux : la fonction phatique des signaux y est souvent plus déterminante que leur teneur sémantique, mais les traces ne sont plus attachées à une énonciation. Du moins, c'est une énonciation incertaine, différée et sans marqueurs corporels. Les données sont des déictiques qui ne signalent plus la continuité d'une présence, mais simplement une identité. Si elles relèvent de la catégorie des indices (Peirce, 1978) par leur pouvoir d'attestation, elles ménagent en même temps l'espace d'une différence (Derrida, 1967). En termes de distance avec la source, elles sont en deçà de la représentation et au-delà de la manifestation (Bougnoux, 1998). Contextuelles, elles sont pourtant dissociables du *hic et nunc* de leur production, car ce sont des « unités isolables, agencables et calculables » (Roger T. Pédaque, 2006, p. 186).

C'est cette déliaison des traces qui permet d'en faire une exploitation administrative ou commerciale. Détachées de la personne qu'elles identifient, elles sont ouvertes à d'innombrables « refabrications » en fonction des stratégies et des besoins. « Nous ignorons encore à quelles responsabilités, à quelles incertitudes, nous expose l'usage de ces particules de document, si élémentaires qu'on les croit encore vierges de toute signification. Nul ne peut dire de quel sens, mais chacun sait de quels intérêts ces fragments sont porteurs. L'économie du médium a remplacé l'économie du message². »

La redocumentarisation des traces

L'hypothèse d'un comportement zéro est donc moins que jamais envisageable : désormais, non seulement tout communique, mais tout informe. Public, intime et privé se rejoignent dans une même sphère, où la mise en commun relève autant de la collecte et de l'indexation que de l'échange et de la publication. Le Web incite à la spontanéité du mode conversationnel, tout en documentant de façon pérenne chaque source ou « prise de parole ». Cette traçabilité appelle une science du document élargie aux raisons pragmatiques,

2. M. Melot, préface à Roger T. Pédaque, *Le Document à la lumière du numérique*, Caen, C&F Éditions, 2006, p. 14.

et une science de la communication tournée vers les processus documentaires. La sémiologie ne saurait en effet décrire cette traçabilité. Examinant le fonctionnement des signes sur le mode du système, elle a dégagé les codes sur lesquels la culture de masse s'est construite. Mais c'est précisément cette massification que la culture numérique met aujourd'hui en question.

Pour penser cette traçabilité, il faut se placer dans la perspective de ce que Jean-Michel Salaün appelle la redocumentarisation (Salaün, 2007 ; Roger T. Pédaque, 2007). Les empreintes que nous laissons sur les réseaux sont au cœur de ce processus qui permet aux récepteurs – destinataires ou non – de réarticuler les contenus selon leur interprétation. Utiles et signifiantes sans être encore des documents, les traces dépendent des opérations d'extraction, d'annotation et de réagencement auxquelles elles sont soumises. Alors que les contenus étaient jusqu'alors assignés à une matérialité qui les validait, les données numériques ne dépendent plus de la stabilité d'un support. La personnalisation des interfaces, la multiplication des liens et la généralisation des formats séparant forme et structure (XML) leur confèrent une plasticité inédite. Elles se prêtent aux recoupages et aux croisements, comme les éléments d'une base de données qui aurait pour contour l'identité. Dans des environnements toujours plus dynamiques, la

traçabilité consiste alors en un double mouvement de reconstitution des cycles et de reconstruction des contenus « à la volée ».

Cette nouvelle disponibilité des traces donne au récepteur une liberté de traitement qu'il n'avait guère avec les médias analogiques. Mais, simultanément, elle expose chacun aux stratégies lourdes de l'attention. La lisibilité nouvellement partagée entre émetteurs et utilisateurs, telle qu'elle a été promue en modèle par les blogs, fait de chacun un auteur potentiel, mais aussi une cible possible. Pendant que les personnes jouent elles mêmes avec leur signature, les puissances économiques et politiques cherchent à cerner leur comportement. Toute la question est de savoir où passe la frontière entre surveillance et redocumentarisation. Autrement dit, comment délimiter les droits d'accès, d'interprétation et de transformation, pour que l'usage des traces soit protégé techniquement et politiquement.

La traçabilité : un carrefour sociotechnique

Par leur capacité à reconsidérer la place de la technique dans les faits sociaux, les sciences de l'information et de la communication ont un rôle particulier à jouer dans cette négociation entre circulation et protection des données. Là où la pensée classique traite du médium comme d'une réalité seconde, venant après le sens et la conscience, les SIC ont vocation

à poser l'extériorité d'une raison produite par les réseaux sociotechniques. Au lieu de voir dans la technologie un épiphénomène, dont il faudrait limiter les effets sur une nature humaine immuable, la pensée communicationnelle nous aide à admettre que dispositifs et dispositions se construisent ensemble. Ainsi, nos empreintes numériques ne sont séparables ni des situations de communication, ni des formes de l'identité dont elles témoignent. Imaginer qu'on pourrait suspendre cette traçabilité (par des règles juridiques) sans affecter du même coup toute la logique des interactions est une illusion.

L'anthropologie a montré que la *tekhnè* consiste en une externalisation de nos fonctions³. En s'externalisant, les facultés se modifient : elles acquièrent une dimension formelle et organisationnelle, qui dépasse l'individu et lui survit. Après la force, la perception, le calcul et la mémoire, l'identité pourrait bien être la dernière de nos propriétés ainsi mise au-dehors par nos médias. Avant de signifier ou d'informer, ceux-ci ont pour fonction de ménager des espaces intermédiaires, où le réel peut être négocié, contenu, filtré. Dans ces entre-deux, nous établissons des relations de confiance qui produisent du collectif. La migration

3. Voir les travaux d'André Leroi Gourhan et leur interprétation par Bernard Stiegler dans *La technique et le temps*, Paris, Galilée, 3 volumes, 1994-2001.

des identités sur les réseaux engage donc beaucoup plus que la vie privée. Elle relève du politique, quand bien même elle ne concernerait que des échanges interpersonnels.

Ce tissage social en amont de tout message demande à être accompagné. « Objets politiques et non sémantiques⁴ », les traces numériques façonnent l'être ensemble sans être toujours déterminées par des stratégies industrielles ou étatiques. Il importe de dénoncer l'opacité des contrôles et des intérêts derrière l'apparente libre circulation des traces. Mais il faut aussi comprendre comment la traçabilité s'auto(re)produit par les seules propriétés des réseaux. Ce n'est qu'à cette condition qu'on parviendra à alerter l'opinion publique sur ses dangers, sans retomber dans le fantasme du Big Brother. À la fois source et conséquence de la redocumentarisation, les attentes des acteurs sont indissociablement sociales et techniques. Le fait que la traçabilité soit en elle-même invisible rend d'autant plus nécessaire l'explicitation de ces couches logiques liées aux architectures. Les approches sociologiques et politiques des faits de communication ont donc intérêt à se rapprocher du versant ingénierie des sciences de l'information, pour élaborer ensemble une intelligence des outils.

4. Melot, *op. cit.*, p. 13.

Vers une nouvelle économie de l'empreinte

Ce qui s'enregistre ne préexiste pas à l'enregistrement. Loin de se limiter à une publicisation du privé, le marquage des données participe d'une restructuration en amont des informations, qui a pour logique la personnalisation.

L'information sur mesure

Les données personnelles sont le pivot d'une nouvelle économie des savoirs et des interactions, parce que l'information ne se conçoit plus que par rapport à un contexte, un besoin, une relation. Alors que le signe tendait idéalement vers le partage d'un sens par le plus grand nombre (code), la trace vise à calibrer au plus près des renseignements sur mesure (signature). Cette logique de personnalisation trouve ses vecteurs les plus actifs dans les applications du Web 2.0. **Podcasting***, blogs, **syndication***... il n'y a plus un document maître et des copies, mais une cascade d'états où l'information s'adapte à chaque condition de lecture et d'écriture. Le projet d'un Web sémantique radicalise cette fragmentation des contenus en documents virtuels personnalisables, recalculés dynamiquement à partir d'un moteur et d'un ensemble d'ontologies.

Là où la culture de masse fabriquait des dénominateurs communs, le numérique tend « naturellement » à personnaliser l'information qu'il dissémine. Par un « déplacement du centre » (Doueihi, 2008, p. 134), il donne à chacun son information, en faisant de la pertinence, reconstruite à chaque session, l'unique boussole. La personnalisation apparaît ainsi comme un moyen de compenser la perte des visions synthétiques et la désorientation par une focalisation sur soi. Cette information sur mesure pourra-t-elle produire « des différences, qui engendrent d'autres différences » (Bateson, 1981), ou s'épuisera-t-elle dans la clôture informationnelle de « nos mondes propres » (Bougnoux, 1998) ? Elle suppose en tout cas un traçage des singularités qui affecte l'identité.

L'identité comme collection de traces

La personne qui sert de filtre à l'information n'est pas celle de nos CV, de nos appartenances et de nos papiers d'identité (même si, de plus en plus, elle en tient lieu). C'est une entité purement numérique, qui se résume à la collection des traces laissées par nos connexions : requêtes, téléchargements, géolocalisation, achats, mais aussi contenus produits, copiés, repris, etc. Nous n'avons qu'une connaissance approximative de cette identité disséminée dans les réseaux.

Opérateurs, marchands, moteurs de recherche et services de renseignements en savent plus sur nos comportements numériques que nous-mêmes, car ils ont la capacité de les archiver, de les recouper et de les modéliser. La première protection contre « l'expropriation identitaire » consiste donc à reprendre la main sur la gestion de nos traces – en déposant un nom de domaine, en administrant un site, en agrégeant ses favoris...

D'une façon générale, face à l'impossibilité de se soustraire aux systèmes de surveillance, c'est la mise en œuvre d'une *sousveillance*⁵ où l'acteur enregistre lui même les indices de sa présence, qui peut l'aider à préserver l'intégrité de son identité. Il faut aussi apprendre à jouer de la « polyphonie » du double numérique : « multiple et diversifié, autorisant flexibilité et pseudoanonymat » (Doueïhi, 2008, p. 82), celui-ci n'a pas la rigidité d'une étiquette sociale. Il laisse une place à l'ironie, au mensonge, à la fiction.

Pour autant, l'individu numérique est bel et bien épié avec un degré de pénétration inédit. La sémiotisation des comportements visait à élaguer les particularismes pour dégager des invariants (stéréotypes, codes, mythologies). La traçabilité consiste à l'inverse à pister

5. Terme proposé par Steve Mann pour décrire l'enregistrement d'une activité du point de vue de la personne qui la pratique. À ce sujet, voir l'article de Jean-Gabriel Ganascia, « De la surveillance à la sousveillance », in Chardel, 2014 (p. 119-137).

les singularités pour cibler toujours plus finement l'information. Le *token* devient la valeur ajoutée sans laquelle le *type* n'a plus la capacité d'orienter attention et marchandisation. En même temps, la communauté prime sur l'individu dans la mesure où l'identité s'assimile à un processus communicationnel. Chaque acteur n'existe que dans son rapport discriminant aux autres usages, préférences ou opinions. Même la cognition se publicise, puisque nous donnons à observer nos manières de lire, écrire, chercher, trier...

Reste à savoir jusqu'à quel point une telle identité est calculable. Théoriquement, les faits de communication ont pour particularité de ne pas être programmables, comme le sont les échanges de matière ou d'énergie. Mais, pour les stratégies du traçage, nos empreintes sont censées prédire nos comportements. Heureusement, l'identité procède d'une construction dans le temps : on peut la reconstituer, mais pas entièrement l'anticiper. Quand bien même un moteur de recherche établirait une « base de données de nos intentions » (Battelle, 2005), la part d'imprévisibilité propre à chaque individu ne pourrait lui permettre d'anticiper avec certitude nos actions.

Stock et flux

Plasticité identitaire et traçabilité se renforcent mutuellement. Plus nous diversifions notre présence

numérique, plus nous laissons d'indices, et plus il y a de traces à suivre, plus notre profil se complexifie. Le flux engrange du stock, lequel favorise à son tour une intensification du flux.

L'impensé machinique de la rémanence

La valorisation des empreintes révèle la double nature de l'information, à la fois instable et pérenne. Pendant longtemps, on a voulu croire que les messages circulaient dans les réseaux sans sillage, et on ne s'est pas privé de dénoncer cette volatilité des contenus. De plus en plus de documents sont de fait des structures dynamiques dont les composantes se renouvellent continuellement. L'organisation des traces en hypertextes accentue la fragilité des échafaudages sémantiques ou logiques – la bifurcation devenant le pivot de toute navigation. La rotation rapide des standards et des formats rend pour finir tout système numérique en lui-même éphémère.

Mais en même temps, la délocalisation des mémoires entraîne une inflation des couches internes de l'information, donc l'enregistrement d'un nombre toujours plus grand de traces. L'instabilité des dispositifs impose d'identifier l'état du document en même temps que son contenu, démultipliant les informations sur l'information. C'est tout le paradoxe de cette logique : elle indexe la valeur sur l'actualité

(une information périmée n'en est plus une), tout en provoquant un développement sans précédent des **métadonnées***.

Du coup, l'archive voit son rôle renforcé. À la fois consignation, publication et normalisation, elle vise aussi à anticiper. Les masses de données doivent être découpées afin d'être traitées par des agents intelligents et des robots. Derrière chaque trace, se jouent des prescriptions d'usage, des modèles à formaliser, des retours d'investissement à planifier. L'élaboration et la possession d'index deviennent l'enjeu même de la compétition entre fournisseurs de services et industriels de la communication. Cet impensé de la rémanence remet profondément en question l'opposition du stock et du flux.

Dans la société numérique, irréversibilité et *turn over* vont de pair : notre propre mobilité – cognitive, consommatrice ou sociale – a pour prix le port d'innombrables « bracelets d'informations ».

Recyclage et enchevêtrement

Le rapprochement entre archive et mobilité témoigne d'un bouleversement général de la causalité : dans l'univers numérique, l'enchevêtrement des hiérarchies devient la règle. L'information, dont nous étions les émetteurs ou les récepteurs, est aujourd'hui ce qui façonne notre identité. Nos

relations pragmatiques sont enchâssées dans des protocoles techniques, qui épousent eux-mêmes au plus près nos différences.

Les métadonnées n'encadrent pas nos messages comme du métalangage. Elles les rendent disponibles pour d'autres situations de communication. Les traces que nous laissons sur les réseaux sont elles-mêmes réinjectées comme des contenus ou des dispositifs d'orientation. C'est notamment ce qui se développe autour du site *Flickr*, sur lequel les internautes déposent photos et vidéos. Des programmes permettent désormais d'aller automatiquement y puiser des images pour habiller son blog (Ertzscheid, 2008). L'étiquetage des photos effectué par les internautes (auteurs ou non) avec des coordonnées géographiques ou toponymiques permet par ailleurs d'automatiser la réalisation de cartes, que chacun pourra consulter et enrichir. Les empreintes des uns sont ainsi recyclées en traces des autres, sans que cela fonctionne comme emprunt ou citation. Au-delà des plateformes de partage, se multiplient des outils comme *Hotmap* ou *TouchGraphy* qui permettent d'observer ce que d'autres ont cherché, visionné ou marqué. Combinés avec les réseaux sociaux, ils font de chaque profil un nœud pour relier entre elles toutes les identités.

Les données personnelles ne sont donc plus seulement l'envers invisible de notre présence numérique.

Elles sont devenues l'espace où nous naviguons. Réputation, connaissance, argumentation, confiance... tout se déduit, par percolation, des résonances entre les traces : *message is metatag*. L'ombre numérique ne peut dans ces conditions que croître d'une façon exponentielle (Williams, 2008), quelles que soient nos vigilances et nos appréhensions. Cela ne doit pas nous dispenser de réfléchir aux moyens de préserver une capacité collective d'oubli.

Les traces, on l'a vu, sont désormais le bien commun qui dessine les contours de la Cité. Le droit à l'effacement des données ne concerne donc pas que les individus. Il touche à ce qui nous relie, c'est-à-dire à ce qui permet de nous identifier au sein d'un nous. Au nom de la défense de la vie privée, il ne faudrait pas oblitérer cette dimension fondamentalement politique de la traçabilité.

Références bibliographiques

BATESON, Gregory *et al.*, *La nouvelle communication*, Paris, Seuil, 1981.

BATTELLE, John, *The Search : How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture*, New York, 2005. (Trad. par D. Rueff, *La révolution Google*, Paris, Eyrolles, 2006.)

BOUGNOUX, Daniel, *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, La Découverte, 1998.

Identités numériques. Expressions et traçabilité

CHARDEL, Pierre-Antoine (dir.), *Politiques sécuritaires et surveillance numérique*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2014.

DERRIDA, Jacques, *De la grammatologie*, Paris, Minuit, 1967.

DOUEIHI, Milad, *La grande conversion numérique*, Paris, Seuil, 2008.

ERTZSCHEID, Olivier, « Le plug-in de la redocumentarisation », *affor dance.info*, billet du 21 mars 2008. [En ligne]
Disponible sur : <http://affordance.typepad.com/mon_weblog>.

PÉDAUQUE, Roger T., *Le document à la lumière du numérique*, préface de M. Melot, Caen, C&F Éditions, 2006.

PÉDAUQUE, Roger T., *La redocumentarisation du monde*, Cepaduès Éditions, 2007.

PEIRCE, Charles Sanders, *Écrits sur le signe*, rassemblés traduits et commentés par G. Deledalle, Paris, Seuil, coll. « L'ordre philosophique », 1978.

SALAÜN, Jean-Michel, « La redocumentarisation, un défi pour les sciences de l'information », *Études de Communication*, n° 30, *Entre information et communication. Les nouveaux espaces du document*, 2007, p. 13-23.

SHANNON, Claude et WEAVER, Warren, *La Théorie mathématique de la communication*, 1948 (nlle éd., Paris, Retz-CEPL, 1975).

WILLIAMS, Ian, « Digital Universe Continues to Expand », *vnunet.com*, 13 mars 2008. [En ligne]

Disponible sur : <<http://www.v3.co.uk/v3-uk/news/1991552/digital-universe-continues-expand>>, consulté le 18 mars 2015.

Authentification, identification et tiers de confiance

Michel Arnaud

Revue *Hermès* n° 53¹,
Traçabilité et réseaux, 2009

L'étude des structures organisationnelles, des usages des outils numériques, des représentations individuelles et des projets collectifs montre que les technologies de l'information et de la communication (TIC) peuvent être considérées comme des dispositifs de médiation dans la communication des organisations. La médiation en matière de protection des données personnelles est cruciale pour la rendre effective aussi bien que pour en contrôler l'accès. La médiation confiée à un « tiers de confiance » permet de gérer l'intentionnalité des individus et les jeux d'interactions : elle garantit les procédures d'authentification nécessaires aux parties prenantes pour sécuriser les transactions, sans pour autant révéler l'identité des personnes, sauf dans certaines conditions bien

1. Reprise actualisée de l'article paru p. 129-136.

précises. Les procédures de pseudonymisation fournissent des pistes pour rendre inviolable l'accès aux données personnelles confiées aux tiers de confiance, tout en aussi faisant sauter les restrictions de l'anonymisation, qui freinent le développement du commerce électronique.

La protection des données personnelles et ses limites

La définition et le traitement des données personnelles

L'article 2 de la directive européenne 95/46 du 24 octobre 1995² définit les « données à caractère personnel » ainsi : « toute information concernant une personne physique identifiée ou identifiable (personne concernée) ; est réputée identifiable une personne qui peut être identifiée, directement ou indirectement, notamment par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments spécifiques, propres à son identité physique, physiologique, psychique, économique, culturelle ou sociale ». Cette définition plutôt large concerne aussi bien les données

2. <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:31995L0046>>

directement nominatives (nom, prénom, date de naissance...) que celles qui le sont indirectement comme un matricule, une adresse, un numéro de téléphone, un élément **biométrique***, une adresse IP Internet, les traces des données de connexion, etc. – c'est-à-dire tout ce qui permet de remonter indirectement à la personne.

Pour limiter la collecte et les échanges de données personnelles, la **Cnil*** a établi un certain nombre de préconisations qui ont été améliorées au cours du temps et peuvent se résumer comme suit :

- ne collecter les données qu'au niveau de finesse strictement nécessaire ;
- répartir les données dans des fichiers ou des systèmes informatiques distincts du reste des applications en veillant à ce qu'aucun lien logique ne soit établi entre ces fichiers et les autres applications ;
- ne pas fournir systématiquement un logiciel d'interrogation généraliste, c'est-à-dire permettant de croiser n'importe quels critères. Le logiciel d'interrogation généraliste doit être réservé à un petit nombre d'experts nommément habilités, les autres utilisateurs n'ayant accès aux statistiques que *via* des requêtes préprogrammées ;
- effacer si possible immédiatement après le traitement qui les a utilisées les données personnelles permettant d'identifier la personne.

L'anonymisation des traces

Dans le considérant 26 de la directive européenne 95-46, il est spécifié que les principes de la protection ne s'appliquent pas aux données rendues anonymes d'une manière telle que la personne concernée n'est plus identifiable. L'anonymat consiste en la possibilité de garder les traces d'une personne (caractéristiques, comportements, etc.) sans avoir la moindre possibilité de connaître sa véritable identité. La Cnil a approuvé les procédés qui permettent de rendre anonymes des données personnelles particulièrement sensibles dans le domaine de la santé publique (études épidémiologiques), des décisions de justice publiées sur Internet, de l'agrégation des données du recensement de la population ou encore des archives électroniques des entreprises privées, sans pour autant en faire une promotion inconditionnelle dans la mesure où ce principe peut entrer en contradiction avec la défense de l'ordre public ou encourager les dénonciations anonymes et multiplier les mises en cause calomnieuses.

Sur le plan technique, le paradoxe anonymat et suivi est résolu grâce à l'utilisation d'une fonction de hachage, opération consistant à calculer une valeur numérique utilisée comme identifiant unique et irréversible à partir des données directement ou indirectement nominatives d'une personne, cette valeur étant

ensuite substituée aux données à partir desquelles elle a été calculée. La Cnil s'appuie sur la quasi-impossibilité mathématique de retrouver à partir du résultat final (la valeur numérique d'anonymisation) les données directement ou indirectement nominatives ayant donné lieu au calcul de hachage. La méthode usuelle consiste à multiplier les clefs ou les parties de clef, chacune détenue par des personnes ou organismes différents. Toutefois, la levée de l'anonymat est encore possible pour corriger les anomalies avec des tables destinées à maintenir la correspondance entre un code identifiant de la personne et la valeur d'anonymisation calculée par la fonction de hachage. Si la meilleure riposte est de demander l'anonymat dès le traitement des données, il est très difficile ensuite de l'imposer *a posteriori* à cause de deux pressions d'origines différentes mais allant dans le même sens d'une conservation sans anonymisation : l'obsession sécuritaire et l'impératif commercial.

La pression sécuritaire pousse les citoyens à vouloir être protégés des terroristes et à placer les méthodes d'identification à cet effet avant la protection des données personnelles. Dans la mesure où les terroristes se cachent souvent sous des apparences banales trompeuses, il est essentiel d'utiliser des moyens de détection qui empiètent sur la vie privée pour tenter de les identifier. Les États en réponse à ce besoin s'exonèrent des injonctions de la Cnil, par exemple en France, en

étendant la mise en fiche systématique des citoyens avec les fichiers de police³ (Stic, Judex, Ardoise), la vidéosurveillance, la biométrie (fichier des empreintes génétiques, Fnaeg, appliqué à tous les degrés de délinquance) ou le contrôle des étrangers en situation irrégulière (Eloi), l'autorisation de stockage des données personnelles étant donnée une fois pour toutes par un magistrat après la création de ces fichiers par décrets. L'administration fiscale a des facilités qui lui sont accordées à cause du traitement des recouvrements. Les modalités du « tiers autorisé » lui permettent d'avoir accès à tous les fichiers et de les interconnecter sans problème. Au niveau européen, le contrôle des passagers aériens arrivant dans l'Union (PNER européen avec 19 données personnelles) s'aligne sur le système américain (qui recueille 34 données différentes sur chaque voyageur débarquant aux États-Unis sans aucune garantie ni d'effacement des données personnelles ni d'anonymisation des traces).

D'autre part, les consommateurs manifestent un désir toujours plus impérieux d'avoir à leur disposition des services adaptés à leurs besoins, même si c'est au prix de la divulgation de leurs données personnelles. Il s'agit d'une mutation culturelle encore plus

3. À ce sujet, voir Chardel, 2014, plus particulièrement l'article de Pierre Piazza, « L'extension des fichiers de sécurité publique », p. 29-45.

forte et plus durable que celle provoquée par la lutte anti-terroriste. L'ère de la consommation de masse est révolue en ce sens que la personne n'éprouve plus d'intérêt à se conformer à un comportement grégaire. Le communisme et le fascisme ont été des doctrines de masse où la personne se fondait dans le collectif de manière anonyme. Le capitalisme se targue de savoir individualiser la relation au client. Sans cultiver le paradoxe, l'anonymisation des traces peut être vue comme un retour en arrière. Le service public est confronté à une contradiction : en s'adressant de plus en plus à des clients et non plus seulement des administrés, il doit faire face au risque de ne plus être accessible à tous car le coût de la personnalisation du service est élevé. Cette évolution est pourtant inéluctable car l'administré consommateur demande une combinatoire de services en vue d'une simplification des actes de sa vie quotidienne. Dans le secteur privé, l'époque de la publicité de masse est révolue au profit du marketing direct.

L'approche par profils socio-économiques et segmentation des cibles de marché décrite par Packard (2007) et Marcuse (1964) est à présent remplacée par un contrôle de l'attention, obtenu par un ciblage fin et précis grâce à l'accumulation de données personnelles stockées à partir des traces laissées volontairement ou involontairement par le consommateur et dont l'analyse permet de prévoir ses moindres envies.

Les banques ne sont pas en reste pour l'évaluation des risques liés au crédit à la consommation. La Cnil tend à interdire le traitement automatique de la gestion des comptes et des prêts par la technique du *scoring*⁴. Mais les banques continuent à donner accès à leurs fichiers de mauvais payeurs à qui en a besoin et déposent des recours devant le Conseil d'État pour continuer leurs pratiques, contestant ainsi l'autorité de la Cnil.

Complémentarité des intérêts des États et des multinationales

Les flux d'information croissant sans cesse, savoir gérer l'information sur l'information personnelle est un enjeu de pouvoir, pour les États comme pour les entreprises. Au fur et à mesure que les moteurs de recherche se perfectionnent, les utilisateurs confient de plus en plus d'informations à la Toile, en posant des questions de plus en plus

4. Les banques et organismes financiers utilisent l'analyse statistique pour prédire si un emprunteur sera un bon ou un mauvais payeur et prendre ensuite la décision appropriée : acceptation sans condition, prise de garantie, refus. La modélisation et la décision se fondent sur l'observation du passé : on connaît pour un certain nombre de prêts attribués la qualité du payeur.

intimes. Les grands fournisseurs d'accès, comme Google, Yahoo!, AOL ou Microsoft, qui regroupent la majorité des internautes américains et multiplient les services en ligne, ne prospèrent qu'en augmentant le chiffre d'affaires généré par la publicité en ligne. Le modèle économique de la gratuité d'accès aux services sur la Toile repose sur les achats générés par les clics des usagers sur les bannières publicitaires. Ce budget ne progresse que si les annonceurs estiment qu'ils peuvent de mieux en mieux cibler les consommateurs potentiels, réclamant à ces opérateurs des données de moins en moins anonymes sur leurs clients et de plus en plus d'informations personnelles pour prévoir ou influencer leurs achats. Car les opérateurs peuvent collecter à distance les données personnelles de l'internaute stockées par son navigateur et son système informatique. Les fichiers que l'on appelle *cookies* gardent la trace des sites visités ainsi que des informations sur les profils des utilisateurs.

En août 2006, le fournisseur d'accès à Internet AOL a involontairement rendu public sur le Web le détail de recherches en ligne effectuées par 600 000 de ses abonnés en avril et mai 2006, au total près de 20 millions de requêtes, classées par mots clefs. Avec le numéro de sécurité sociale facilement disponible, les numéros de téléphone, les achats de produits spécifiques, il a été facile aux journalistes de retrouver

les identités des internautes même si AOL avait pris la peine de les anonymiser sous des numéros d'identification. De son côté, Amazon a déposé un brevet pour un système d'interrogation de sa base de données clients – soit plus de 59 millions de personnes –, permettant non seulement d'obtenir les données personnelles habituelles, l'endroit où l'acheteur habite, mais aussi son niveau de revenu, son orientation sexuelle, sa religion ou sa race. Quant à Google, la société avait prévu de conserver ses *cookies* jusqu'en 2038. Sous la pression du G29 représentant les Cnil européennes, la compagnie a décidé de la réduire à deux ans à partir de mars 2007. En avril 2008, les États européens ont jugé cette durée trop longue et ont réussi à forcer Google à la réduire à six mois depuis septembre 2008. Mais Google entend différencier « protection des données personnelles » et « rétention sans limite de temps des données anonymisées » pour ne pas tuer la poule aux œufs d'or.

Cette chasse aux données personnelles ne vient pas seulement s'ajouter aux systèmes de surveillance mis au point par les États : elle contribue aussi à les alimenter. C'est ce que montre un rapport publié par la Cour des comptes américaine en mars 2008, dénonçant l'achat en 2005, par des services publics comme la justice, la police ou les impôts, de données personnelles à des entreprises privées, sans respecter les principes de protection au nom de l'assurance sociale et de

la lutte contre le terrorisme et la fraude fiscale⁵. C'est encore ce que révèle le projet *LifeLog* de la DARPA⁶, qui consiste à mettre au point un système permettant d'enregistrer l'intégralité des événements, états et relations d'une personne, pendant sa vie entière, à partir des informations fournies par les cartes bancaires, les sites web visités, le contenu des conversations téléphoniques, les livres lus, les émissions de télévision ou de radio sélectionnées, les données repérées par GPS et les informations biomédicales. Le but est d'identifier ainsi les préférences, plans, buts, et autres marqueurs d'intention de chaque citoyen. On le voit, le contrôle des individus par les États passe désormais par la récupération des données détenues par les firmes gérant l'accès à Internet : surveillance commerciale et politique vont de pair, même si elles ne visent pas les mêmes objectifs.

5. « United States Government Accountability Office, Privacy : Government Use of Data from Information Resellers Could Include Retter Protections », Statement of Linda D. Koontz, Director Information Management Issues, Testimony Before the Subcommittee on Information Policy, Census, and National Archives, Committee on Oversight and Government Reform, 11 mars 2008.

En ligne sur <<http://www.gao.gov/htext/d08543t.html>>

6. Défense Advanced Research Projects Agency : agence de projets de recherche avancée de défense. En ligne sur <<http://en.wikipedia.org/wiki/lifelog>>.

Vers une redéfinition des données personnelles

La relation à l'identité a changé : les appareils d'accès au numérique deviennent des compagnons de vie, nouvelles prothèses pour lire, écrire, écouter, voir et échanger. Ces matériels accroissent les interactions dans le monde virtuel, avec des conséquences sur la personne réelle qui s'en trouve non seulement façonnée dans sa gestion du temps et de l'espace mais aussi dans la relation à sa propre intimité, puisque les réseaux sociaux l'amènent à révéler ce qui reste d'habitude caché. Si le plaisir de se voir dans le miroir numérique tendu aux autres personnes rencontrées sur les réseaux est réel, comment considérer que les données sont encore personnelles quand elles sont ainsi exposées ? On peut se demander si les internautes qui révèlent tout d'eux-mêmes sur les réseaux sociaux sont conscients des dangers ou bien s'ils sont manipulés. Le fait est que leur liberté de choix doit leur être reconnue comme un droit fondamental.

Au lieu de définir comme données personnelles l'ensemble des identifiants et des traces permettant directement ou indirectement de retrouver la personne, ne vaudrait-il pas mieux séparer les données identitaires (nom, prénom, date de naissance, adresse, etc.) des traces laissées sur les réseaux lors des

déplacements (par exemple, les données liées aux paiements), et leur appliquer des traitements différents ? Un pas dans cette direction est franchi avec la directive européenne 2002-58 qui différencie les données proprement identitaires des « données relatives au trafic », qui sont conservées en tant que telles avec des systèmes d'identification des numéros appelés et des « données de localisation » indiquant la position géographique de l'équipement terminal d'un utilisateur d'un service de communications électroniques. L'examen objectif de la situation oblige cependant à constater que l'injonction d'effacement des données personnelles et d'anonymisation des traces est rarement observée.

Nous proposons donc d'élargir cette définition de données non directement personnelles aux données comportementales, à savoir tout ce qui est relatif aux traces laissées sur les réseaux permettant de reconstituer les déplacements, les achats, etc. La loi française sur la confiance numérique du 21 juin 2004 oblige les opérateurs de communications électroniques, les fournisseurs d'accès à Internet (FAI) et les hébergeurs à conserver les données liées aux contenus. Le décret d'application liste toutes les données susceptibles d'identifier tout créateur de contenu en ligne et à conserver durant un an les éléments suivants : adresse IP, mot de passe, *login* (nom de connexion), pseudonyme, terminal utilisé, coordonnées de la personne physique ou morale, identifiants des contenus.

Les nombreuses entorses aux règles de la Cnil et du G29 (groupe intergouvernemental chargé d'appliquer la directive européenne 95-46) prônant l'effacement immédiat des données personnelles, l'anonymisation de toutes les traces et la non-interconnexion des fichiers, nous poussent à déplacer le curseur de l'interdiction définitive d'accès aux données personnelles vers un contrôle renforcé des procédures d'accès aux données. La notion de données personnelles est à revoir : elle pourrait être scindée en deux blocs, données identitaires d'un côté, tous les types de traces de l'autre. Cela permettrait à la fois de réduire le champ à couvrir pour rendre la protection plus effective et de mieux contrôler les procédures établissant des liens entre les deux types de données, limitant la reconstitution des comportements à des conditions bien définies.

Les potentiels de la pseudonymisation

L'étape actuelle de la découverte des réseaux sociaux se caractérise par le recours à des modèles de comportement liés au contexte. Pourquoi est-on enclin à révéler sa véritable identité quand on décrit ses goûts intimes sur les réseaux ? Est-ce à cause de l'idéologie libertaire qui a caractérisé les débuts d'Internet ? Celle-ci privilégie en effet la recherche

de l'authenticité, l'affirmation de sa propre identité étant proportionnelle à l'intensité du plaisir à communiquer, en opposition à ce qui est connoté comme hypocrite (la double vie, les faux semblants, l'usage des pseudos). La duplicité a également acquis une image péjorative sur les réseaux à cause des adultes qui se font passer pour des adolescents sur les forums de discussion. Mais entre se défouler en disant tout et refuser de s'assumer en se cachant derrière un pseudo, il y a la place pour un sens de la protection de soi qui se développera au fur et à mesure que les risques se concrétiseront.

Si la communication par l'intermédiaire des réseaux touche à la gestion des pulsions, nous sommes probablement dans une phase de découverte adolescente. Le pseudo pourrait être un moyen de passer à un comportement plus mature. Assurer sous certaines conditions le caractère hermétique d'un pseudo peut permettre de rétablir la frontière entre vie publique et vie privée. Les procédures permettant de différencier la vraie personne, connue par ses données identitaires, des personnalités d'emprunt qu'elle peut adopter pourraient être essentielles au maintien des droits fondamentaux. S'il est actuellement facile pour un spécialiste de découvrir l'identité réelle derrière un pseudo, on peut envisager des mesures plus efficaces de protection permettant de séparer l'identification de l'authentification avec l'intervention de tiers de confiance

comme c'est le cas avec « *mon.servicepublic.fr* » et le dossier médical personnel.

Le concept de pseudonymat est différent de l'anonymat : il s'agit de la possibilité accordée à une personne de disposer d'une autre identité qui ne pourra pas être facilement rattachée à sa véritable identité. En matière de liberté d'expression et de contrôle des traces, cette approche semble appropriée car elle permet aux internautes de garder leurs différentes sphères (privée, associative, professionnelle) séparées, tout en évitant d'accorder un moyen de diffuser des contenus illégaux sans en assumer la responsabilité ou de commettre des méfaits sous une autre identité. Le pseudo est lié à un numéro d'identification – par exemple, un matricule, un code client, un numéro d'adhérent ou le numéro de sécurité sociale – qui permet d'identifier de façon certaine une personne si l'on dispose de la table de correspondance. Son accès doit être soigneusement réglementé car il est garant de la liberté de ne pas révéler qui on est vraiment. Ces procédures à la fois techniques et administratives demandent à être validées par des juristes et des techniciens avec les certifications correspondantes. Il s'agit de caractériser les circonstances requérant l'acte d'identification qui peut intervenir dans des conditions précises (sur requête de la police, des services de l'impôt, des banques, de l'administration, etc.) et de valider juridiquement et techniquement

l'acte d'authentification, de telle sorte qu'il inspire confiance aux interlocuteurs du pseudo.

L'importance de ces deux aspects complémentaires mais parfaitement distincts donne la mesure de la place à accorder au tiers de confiance, institution chargée de garantir la valeur du pseudo qu'elle certifie en termes d'authenticité (ce pseudo correspond bien à une personne réelle), ce qui implique d'assurer d'autres critères liés, telle sa solvabilité par exemple. Dans ce cas, le pseudo certifié comporte un taux de crédit à préciser, correspondant à celui de la personne qui se cache derrière le pseudo. Le traitement des traces associées à un pseudo ne pose plus problème puisqu'il y a à la fois absence d'identification de la personne réelle et possibilité de bâtir son profil à des fins de suivi commercial et administratif.

L'institution « tiers de confiance » devient pivot dans la nouvelle économie des flux puisqu'elle permet d'obtenir les garanties nécessaires à l'établissement de transactions instantanées et sécurisées avec l'émission de certificats électroniques correspondant aux pseudos certifiés. Le tiers de confiance regroupe les autorités de certification, d'enregistrement et l'opérateur de certification. L'architecture Liberty Alliance propose des solutions dans ce sens tandis qu'Ope ID ne donne aucune garantie sur le tiers de confiance. Les cartes d'authentification forte viennent compléter le dispositif. Est-ce que les données identitaires doivent être

stockées sur une carte à puce détenue par la personne ou bien déposées dans une banque centrale des identités, ou un réseau de banques d'identités indépendantes des pouvoirs publics ? L'émission de pseudos certifiés (vingt par an et par personne par exemple) pourrait constituer, comme dans le cas de la masse monétaire, un moyen de contrôle de la flexibilité et du volume des identités permises et un dispositif de garantie pour l'exercice de la liberté individuelle. Quant aux pseudos non certifiés (**avatars***, etc.), ils seraient laissés au libre choix du citoyen. La captation de pseudos certifiés et la révélation intempestive d'une identité hors l'action d'un juge seraient sévèrement réprimées.

Il est temps à nos yeux de dépoussiérer la loi française Informatique et libertés de 2004⁷ et d'adapter la notion de données personnelles aux nécessités du commerce électronique et du suivi administratif des personnes, en instituant la différenciation entre identification et authentification, en instaurant le contrôle sur la préservation de l'identité, en offrant les facilités liées à des pseudos certifiés, véritable refondation de la liberté individuelle à l'ère des réseaux. Au lieu du panoptique de Foucault (1975) qui s'installe

7. Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

Disponible sur le site de la Cnil (www.cnil.fr)

insidieusement avec la biométrie utilisée pour tous les actes de la vie quotidienne, il convient de retrouver le sens premier du symbole, censé détourner la pulsion en la sublimant, comme l'ont noté Godelier (1992) et Malinowski (1985). Faciliter l'usage de pseudos certifiés sur les réseaux permet à notre sens d'encourager un transfert culturel car ils renforcent le lien social en multipliant les signes de reconnaissance et d'échange entre les personnes. Ils sont les instruments d'une sagesse collective encore à construire dans le cadre de la culture du XXI^e siècle.

Références bibliographiques

CHARDEL, Pierre-Antoine (dir.), *Politiques sécuritaires et surveillance numérique*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2014.

FOUCAULT, Michel, *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 1993 (1975).

GODELIER, Maurice, *L'Idéal et le matériel, Pensée, économies, sociétés*, Paris, LGF, 1992.

MALINOWSKI, Bronislaw, *Journal d'ethnographie*, Paris, Seuil, 1985.

MARCUSE, Herbert, *One-Dimensional Man*, Boston, Beacon Press, 1964.

PACKARD, Vance, *The Hidden Persuaders*, New York, Ig Publishing, 2007.

Économie de l'attention et vie privée

Emmanuel Kessous
Bénédicte Rey

Revue *Hermès* n° 53¹,
Traçabilité et réseaux, 2009

Le concept de *privacy** emprunté à l'anglais désigne usuellement le lien entre la personne et les technologies de l'information. Son apparition remonterait au développement de la photographie dans la presse écrite au XIX^e siècle (Warren et Brandeis, 1890). En France, le terme correspond assez largement au concept de « donnée à caractère personnel » au centre de la loi Informatique et libertés de 1978². La qualification d'une donnée à caractère personnel, son traitement et sa connexion à d'autres bases de données deviennent trois enjeux centraux de l'informatisation. Aujourd'hui, alors que la communication électronique

1. Reprise actualisée de l'article paru sous le titre « Économie numérique et vie privée », p. 49-54.

2. Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

Disponible sur le site de la Cnil (www.cnil.fr).

a connu de nombreuses évolutions, c'est le même dispositif juridique, révisé pour tenir compte de la directive européenne 95/46 du 24 octobre 1995, qui traite de la question de la *privacy*. Avec la diffusion massive d'Internet et des usages qui lui sont associés, on peut néanmoins légitimement se demander si la notion est encore adaptée. La finalité de cet article est de montrer que les transformations en cours dans la communication réinterrogent fortement le concept de *privacy*³ et invitent à repenser de manière radicalement différente notre manière de définir et de protéger la vie privée.

Le passage d'une économie de stock à une économie de flux d'informations

Nous commencerons par dégager deux caractéristiques de l'économie numérique. La première concerne l'économie d'abondance informationnelle dans lequel l'utilisateur connecté au *World Wide Web* est plongé. Pendant longtemps, détenir une information privilégiée était une source de pouvoir

3. Sans pour autant focaliser la critique sur la question « des moyens » dont dispose la Cnil, nous qualifierons cette analyse de critique interne. C'est une critique externe – invitant à réinterroger le couple données à caractère personnel/capacité de traitement – que nous proposons.

et d'asymétrie dans les relations sociales. Cela ne semble plus être tout à fait le cas aujourd'hui. L'un des principaux problèmes auxquels est confronté l'utilisateur du Web n'est pas l'accès à l'information, mais sa capacité à traiter cette information (c'est-à-dire à la qualifier, à l'analyser et à faire des recoupements). Ce syndrome, que le mouvement *Computer Supported Cooperative Work* (CSCW) a depuis longtemps repéré dans la communication au travail sous l'appellation de surcharge informationnelle – ou *information overload* – (Eppler et Mengis, 2004), prend une nouvelle dimension avec la multiplication d'informations de toutes sortes dans les univers numériques. Certains auteurs, redécouvrant une intuition d'Herbert Simon dans les années 1970 (Simon, 1971), parlent à ce propos d'« **économie de l'attention*** » (Goldhaber, 1997) : c'est désormais l'attention et non plus l'information qui devient le « bien rare » en présence d'une économie d'abondance informationnelle.

La seconde caractéristique concerne la croissance du Web relationnel que, de plus en plus souvent, l'on qualifie de Web 2.0 en suivant Tim O'Reilly (2007). Pour créer et alimenter des liens dans un contexte d'économie de l'attention, il est nécessaire non seulement de produire de l'information, mais de renouveler cette information en continu. Cette production peut être minimaliste : il peut s'agir de la diffusion d'une

vidéo, de l'URL d'un site intéressant, d'un commentaire posté sur le blog ou sur l'album photos d'un ami, ou du renouvellement de la petite phrase signalant « son état émotionnel » dans des applications comme *Facebook*, *MSN* ou *Twitter*. Certaines personnes, notamment les plus jeunes, peuvent renouveler cette opération plusieurs fois par jour. Ces informations alimentent le « *news feed* » d'applications comme *Facebook* et permettent de se signaler aux autres. Les personnes conservent ainsi un lien virtuel avec leurs connaissances proches ou lointaines, les news constituant autant d'opportunités à de nouveaux contacts (Kessous, 2012). La communication de certains sites souligne d'ailleurs les bénéfices de la publicisation des informations personnelles (Larose et Rifon, 2006). Dans une économie de l'attention, le contact est, en quelque sorte, plus important que le contenu. Le processus d'activation des liens n'incite d'ailleurs pas au peaufinage ni au stockage de l'information, celle-ci devenant rapidement obsolète. Le flux, lui, doit rester continu.

Les traces ont une valeur d'usage et une valeur marchande

Une troisième caractéristique concerne la collecte de l'information par les entreprises commerciales.

Dans les modèles de captation, centraux dans les postures dénonçant la société de consommation (Galberait, 1989), l'entreprise recueille un certain nombre d'informations sur les consommateurs, quasiment à leur insu, de manière à parfaire ses segmentations de clientèle et sa stratégie commerciale. La régulation de cette collecte passe notamment par un principe *d'opt-in* (autorisation préalable à la collecte de données explicitement exprimée) ou *d'opt-out* (autorisation par défaut, l'individu intervenant *a posteriori* pour demander la suppression de données le concernant). Dans la mesure où elle redonne l'initiative de la collecte au consommateur, cette forme de régulation peut donc sembler adaptée. Elle l'est pourtant de moins en moins. L'une des raisons est que les internautes délivrent de plus en plus spontanément des informations sur eux, sans que cela semble leur poser de problèmes existentiels.

La plupart des sites relationnels n'acquièrent de la valeur pour les individus que parce que ces derniers collaborent à leur fonctionnement. À titre d'exemple, des sites comme *iLike* ou *Facebook* acquièrent une utilité parce que les utilisateurs partagent un certain nombre de leurs préférences. Sur *iLike*, il s'agit de mettre en commun ses goûts musicaux, de manière à se voir proposer, par inférences statistiques, des nouveautés à découvrir. Ce principe se généralise à d'autres usages, comme par exemple la recherche

d'un compagnon amoureux (*pointcommuns.com*), ou le suggestionneur d'achats déjà utilisé par des sites de commerce électronique comme *Amazon*. Le site *Facebook*, quant à lui, est moins apprécié pour ses fonctions de communication (initialement une messagerie électronique, à laquelle un *chat* a été ajouté) que pour les contenus qui sont mis en ligne par les usagers (informations postées, ou activité ludique *via* les compléments que permet l'ouverture des API).

Bien entendu, ces données personnelles concernant l'identité et les préférences culturelles (voire sexuelles et politiques pour des sites comme *Facebook*) ont également une valeur marchande pour les entreprises qui les collectent. Ces dernières visent essentiellement une valorisation de type publicitaire, mais une revente des fichiers n'est pas à exclure. D'ailleurs, la politique des sites en la matière n'est pas toujours transparente. Les rubriques relatives à la confidentialité et aux données personnelles ne sont pas toujours consultées ni comprises par les utilisateurs⁴. Or il faut parfois regarder attentivement les conditions d'utilisation du service pour déceler des clauses pouvant engendrer le soupçon. À titre d'exemple, *Facebook* prévoit dans ses conditions d'utilisation la possibilité de conserver les données d'un utilisateur,

4. *Privacy Leadership Initiative*, 2001.

y compris lorsque ce dernier a supprimé définitivement son compte⁵.

Deux types de contamination de la réputation

Cette question de la pérennité des traces devient de plus en plus importante dans cette économie de l'attention où produire de nombreuses informations est nécessaire.

Le conflit entre logiques de flux et de stockage des informations prend une place centrale dans

5. Extraits des conditions d'utilisation : « En publiant un contenu utilisateur sur tout ou partie du site, vous concédez expressément à la société [...] une licence irrévocable [...]. Si vous choisissez de supprimer votre contenu utilisateur, la présente licence prendra fin automatiquement mais vous acceptez que la société puisse conserver des copies archivées du contenu utilisateur supprimé ». Le contenu utilisateur est défini comme « les photos, profils (y compris vos nom, photos et ressemblances), messages, notes, textes, informations, musiques, vidéos, annonces, listes et autre contenu que vous chargez ou affichez [...], ou que vous transmettez ou partagez avec d'autres utilisateurs ». Disponible en ligne sur <<http://www.facebook.com/terms.php>> (consulté le 5 mai 2008). Lorsqu'il est conduit à se justifier sur cette conservation d'archives malgré la suppression de son compte par un utilisateur, le site explique qu'il s'agit de permettre à chaque utilisateur de revenir sur sa décision sans perte sur son profil.

les débats, au même titre que l'interconnexion des fichiers. Il atteint son paroxysme dans les nœuds du réseau que constituent les moteurs de recherche⁶. L'affaire AOL en témoigne. En août 2006, une équipe d'AOL Research a mis en ligne par erreur une base de données contenant des milliers de requêtes effectuées sur le moteur de recherche. Bien que l'entreprise ait rapidement réparé son erreur, la base dupliquée reste encore aujourd'hui accessible sur différents sites. Chaque requête est rattachée à un identifiant numérique. Le recoupement des requêtes d'un même identifiant dévoile une part importante de l'intimité des personnes les ayant produites (préoccupations personnelles, informations d'adresse ou de patronyme par exemple).

D'autres types de « connexion » sont également problématiques et agissent sur la réputation des personnes. La première, que nous appellerons *contamination par réseau* concerne les agissements des connaissances connectées sur les sites relationnels. La seconde, la *contamination par activités*, trouve son existence dans la mise en relation de sphères de vie auparavant disjointes. La contamination par le réseau

6. Même si, à la suite d'une demande d'information du groupe de l'article 29 (de la directive européenne), les principaux moteurs ont annoncé de manière unilatérale une réduction de la durée de conservation des requêtes.

prend une part croissante avec l'essor des sites de réseaux sociaux. Les contenus publiés par les « amis » et « contacts » d'un utilisateur sont susceptibles d'influer sur son propre capital réputationnel. Des photos de vacances ou de soirées peuvent, par exemple, être publiées par des tiers sur *Facebook*, sur *Flickr*, ou sur un blog. Même si cette publication ne se fait pas à l'insu de l'utilisateur, ce contenu peut ainsi devenir accessible à des tiers. L'individu perd ainsi une part de contrôle sur son identité numérique. La pratique du *tagging**, c'est-à-dire le fait de pouvoir nommer les éléments et les personnes d'une photo, mais aussi la diffusion dans un avenir proche des systèmes de reconnaissance d'image, rendent cet enjeu d'autant plus important.

Cette forme de contamination par le réseau peut aussi être liée à l'activité propre de chaque contact d'un utilisateur. Ainsi, si l'un des membres de son réseau a des activités excentriques, cela peut devenir problématique pour la réputation d'un individu, dans la mesure où sont englobés dans un même ensemble de contacts des personnes issues de différents cercles de relation (différents cercles intimes, des collègues de travail, de vagues connaissances...). L'évolution des « tableaux de bord » comme celui de *Facebook* (permettant d'ajuster les informations que l'on montre à chacun) vise à répondre à ce second type de problème. Il nécessite néanmoins une forme d'expertise inégalement distribuée.

Une autre source de contamination par le réseau est liée au marketing viral, sur lequel s'appuie la promotion commerciale de nombreux sites. Cela consiste pour un utilisateur à laisser le site utiliser son carnet d'adresses de messagerie électronique de manière à envoyer automatiquement une invitation à l'ensemble de ses contacts. L'adresse e-mail d'un individu peut par ce biais se retrouver dans des bases marketing qu'il n'a pas lui-même sollicitées.

La contamination par les activités concerne la mise en relation d'informations relevant de deux sphères de vie auparavant disjointes. Les utilisateurs de sites comme *Facebook*, qui visent à hybrider les cercles de connaissances, le font en connaissance de cause. Mais d'autres activités sur Internet (par exemple, celles consistant à tenir un blog, à avoir une activité associative émettant ses propres publications, à publier ses photos sur un compte *Flickr* ouvert, etc.) peuvent être connectées alors que leurs acteurs ont organisé ces espaces de manière totalement différenciée.

Le cas de « Petite Anglaise » est éclairant à cet égard (Rey, 2012). Licenciée suite à la découverte par son employeur de son blog personnel, « Petite Anglaise » (c'est le pseudo adopté par l'auteure pour son blog) n'y traitait pourtant que marginalement de son cadre professionnel. Son blog était constitué essentiellement de billets sur sa vie de Parisienne anglophone. L'auteure se sentait protégée par l'anonymat que lui

conférait son pseudo et par le fait qu'elle ne mentionnait ni le nom de son entreprise ni celui de ses collègues dans les quelques billets où elle traitait de son activité professionnelle. Si « Petite Anglaise » a su retourner la situation à son avantage, menant aujourd'hui sous son identité patronymique sa vie de bloggeuse et d'essayiste, son cas est exemplaire d'une contamination par les activités. Plus généralement, c'est dans les opérations de recrutement que la recherche d'information *via* les moteurs de recherche est la plus répandue, faisant intervenir dans le jugement des recruteurs des informations ayant peu à voir avec les compétences du candidat ou son adéquation au poste⁷.

L'individu ne montre qu'une partie de lui-même dans chacun des espaces sociaux dans lesquels il s'inscrit. Les interférences entre sphères restaient jusqu'à présent marginales (quelques collègues qui deviennent des amis, quelques amis qui connaissent la famille). Mais l'essor des nouveaux services numériques met de plus en plus à l'épreuve cette gestion compartimentée des différentes formes du privé.

7. Ce qui pose de nombreux problèmes de discrimination. Rappelons que, dans une logique d'égalité d'accès à l'emploi, des organismes publics comme l'ANPE, désormais Pôle Emploi, promeuvent des standards dans l'énoncé même des annonces permettant une juste adéquation de l'offre et de la demande (Mellet, 2004). Les nouvelles pratiques des recruteurs invitent à repenser le cadre du CV comme résumé des compétences.

Un apprentissage dans la gestion de l'identité numérique

Face aux nouvelles pratiques des espaces numériques, les utilisateurs se sont adaptés. Ainsi selon un rapport de l'institut *Pew Internet* (Madden *et al.*, 2007), 47 % des internautes américains auraient recherché des informations sur eux-mêmes *via* un moteur de recherche, contre 22 % cinq ans auparavant. En outre, 53 % déclarent avoir déjà fait des recherches sur d'autres personnes qu'ils connaissent et 60 % affirment ne pas être inquiets de la présence d'informations en ligne les concernant. Pour 10 % des internautes, disposer d'informations en ligne est nécessaire à la promotion de leur activité professionnelle. Ceux qui ont déjà fait des recherches sur eux-mêmes sont également ceux qui ont le plus souvent mis en place des dispositifs pour limiter les informations disponibles. Un apprentissage s'opère, dans lequel les utilisateurs développent quatre grands types de comportements destinés à se protéger.

Une premier type d'apprentissage consiste à *limiter la diffusion des informations* : les utilisateurs aguerris remplissent de façon minimaliste les questionnaires d'inscription à un service, voire avec des informations volontairement erronées, et ce surtout lorsque le service convoité est jugé de moindre

importance. La protection « à la source » passe aussi par une gestion des traces par les navigateurs, qui permettent désormais une gestion fine des *cookies* (valable pour une session seulement).

Un deuxième apprentissage consiste à *gérer plusieurs boîtes e-mail*, chacune d'entre elles étant destinée à une activité spécifique (e-commerce, amis proches, sites de rencontre, etc.). De surcroît, cette gestion différenciée permet de mieux tracer les courriers non sollicités (*spam*).

Un troisième apprentissage accompagne l'usage des sites narratifs (comme les journaux intimes en ligne, également connus par le terme anglais de *life-blogging*) où les utilisateurs ont conscience de dévoiler des aspects de leur intimité. Afin de conserver une visibilité en clair-obscur (Cardon, 2008 ; Cohen-Tanugi, 2001) ils ont *recours aux pseudonymes* de manière à protéger leur identité patronymique, et à éviter les recoupements avec leur identité civile.

Enfin, un dernier type d'apprentissage consiste à « *tester* » *sa visibilité* dans un moteur de recherche et à multiplier les occurrences, de manière soit à mettre en avant une activité, soit à faire redescendre un lien gênant en créant par exemple des pages personnelles, la plupart des utilisateurs des moteurs se contentant de regarder les premiers résultats. On le voit, la question de la *privacy* ne doit pas seulement être perçue sous l'angle de la surveillance des personnes au moyen

d'un système technique. Elle permet aussi une réflexivité sur le contour de leur identité publique que les individus apprennent désormais, en connaissance de cause, à façonner.

Au terme de ce rapide parcours, revenons sur notre interrogation première : le concept de *privacy* tel qu'il découle de l'interprétation du droit actuel est-il encore totalement adapté aux nouvelles pratiques d'exposition de soi dans la communication numérique ? De notre point de vue, la réponse est négative. S'il est indéniable que la garantie des libertés individuelles passe par un contrôle de la constitution et de la connexion des bases de données (dans l'administration comme dans la sphère privée), cela ne saurait suffire à résoudre les problèmes que nous avons évoqués dans cet article. C'est un droit moins substantiel (définissant les données sensibles qu'il convient de protéger) et plus procédural (délivrant des moyens aux individus soucieux de gérer leur capital numérique) qu'il convient de généraliser (Lenoble, 1994). La question du stockage est au cœur de la régulation procédurale que met en place l'Europe à destination des moteurs de recherche et autres portails mondialisés. Mais il convient également d'obliger ces derniers à fournir aux individus les moyens de gérer leur capital numérique. Chacun pourrait ainsi choisir pour les multiples facettes de son identité le niveau d'exposition qui lui convient. Il n'y a pas de raison de

penser que ce dernier doit être le même pour tous, ni d'ailleurs qu'un même niveau d'exposition doit être maintenu dans la durée. L'exposition de soi doit pouvoir être différenciée et ne pas créer d'irréversibilité sur la renommée des personnes concernées.

Références bibliographiques

CARDON, Dominique, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du Web 2.0 », *Réseaux*, volume 26, n° 152, 2008, p. 93-137.

COHEN-TANUGI, Laurent, « Le clair-obscur d'Internet », *Pouvoirs*, volume 2, n° 97, 2001, p. 85-90.

EPPLER, MARTIN J. et MENGIS, Jeanne, « The Concept of Information Overload : a Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines », *The Information Society*, volume 20, n° 5, 2004, p. 325-344.

GALBERAIT, John K., *Le nouvel État industriel*, Paris, Gallimard, 1989.

GOLDHABER, Michael H., « The Attention Economy and the Net », *First Monday*, volume 2, n° 4, 1997.

Disponible sur : <<http://firstmonday.org/article/view/519/440>>.

LAROSE, Robert et RIFON, Nora, « Your Privacy is Assured... of Being Disturbed : Websites with and without Privacy Seals », *New Media & Society*, volume 8, n° 6, 2006, p. 1009-1029.

KESSOUS, Emmanuel, *L'attention au monde. Sociologie des données personnelles à l'ère numérique*, Paris, Armand Colin, 2012.

LENOBLE, Jacques, *Droit et communication. La transformation du droit contemporain*, Paris, Éditions du Cerf, 1994.

Identités numériques. Expressions et traçabilité

MADDEN, Mary, FOX, Susannah, SMITH, Aaron et VITAK, Jessica (dir.), *Digital Footprints : Online Identity Management and Search in the Age of Transparency*, Washington D. C, Pew Internet & American Life Project (rapport de recherche), 2007.

MELLET, Kevin, « L'Internet et le marché du travail. Cadrage des interactions et pluralité des formats d'information », *Réseaux*, volume 22, n° 125, 2004, p. 113-142.

O'REILLY, Tim, « What Is Web 2.0 : Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software », *Communications & Strategies*, n° 65, 2007, p. 17-37.

REY, Bénédicte, *La privacy à l'ère du numérique*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2012.

SIMON, Herbert, « Designing Organizations for an Information-Rich World », in GREENBERGER, Martin (dir.), *Computers, Communications and the Public Interest*, Johns Hopkins Press, 1971.

WARREN, Samuel, et BRANDEIS, Louis D., « The Right to Privacy », *Harvard Law Review*, volume 4, n° 5, 1890, p. 193-220.

L'homme, un document comme les autres

Olivier Ertzscheid

Revue *Hermès* n° 53¹,
Traçabilité et réseaux, 2009

Comment le passage au numérique va-t-il affecter les relations humaines ? « *Humans get their information from two places – from mainstream media or some other centralized organization such as a church, and from their network of family, friends, neighbors and colleagues. We've already digitized the first [...]. What Zuckerberg² is trying to do with Facebook is digitize the second³* » (Vogelstein, 2007). Nous proposons d'étudier la manière dont une socio-numérisation peut constituer le pendant des innovations techniques apportées par

1. Reprise actualisée de l'article paru p. 33-39.

2. Mark Zuckerberg est le fondateur du réseau social *Facebook* : (<<http://www.facebook.com>>).

3. « Les hommes vont chercher l'information à deux endroits : dans les grands médias ou dans tout autre organisation centralisée (comme une église) et auprès de leur réseau familial, de leurs amis, de leurs voisins, de leurs collègues. Nous avons déjà numérisé les premiers. [...] Ce que Zuckerberg essaie de faire avec *Facebook*, c'est de numériser les seconds. »

le numérique. En particulier, nous verrons comment la question documentaire de l'indexation et celle des réseaux sociaux s'inscrivent dans la perspective renouvelée d'une économie sociale des documents.

Le contexte d'une économie sociale des documents

La dérive des continents documentaires

La représentation que nous avons du Web est conditionnée par les possibilités de navigation et d'accès que proposent les moteurs de recherche. De sa naissance (Berners-Lee, 1989) jusqu'à la fin des années 1990, le Web comme continent documentaire se confond avec le Web public, indexé par les moteurs. À ses côtés un Web « profond » (Bergman, 2001) se constitue : les pages sont générées dynamiquement à partir des requêtes déposées par les utilisateurs⁴. Les moteurs de recherche peinent encore (pour des raisons techniques) à indexer ces contenus, justifiant l'expression d'un « Web invisible⁵ ». En parallèle,

4. Sites d'achat de billets de train ou d'avion, catalogues en ligne, etc.

5. Le 11 avril 2008, Google a annoncé qu'il allait être capable d'indexer certaines données situées « derrière » les formulaires Web. Voir ce billet : <http://affordance.typepad.com/mon_weblog/2008/04/de-profundis.html>.

l'échange de courriers électroniques et les documents stockés sur les ordinateurs personnels échappent à l'indexation des moteurs. La ligne frontière des contenus documentaires visibles et invisibles tient donc à l'impossibilité d'accéder à certains types de contenus pour les indexer. Une frontière aujourd'hui abolie.

Web public, **Web profond*** (*Deep Web*), correspondances électroniques personnelles mais aussi fichiers et documents stockés sur nos ordinateurs personnels sont désormais réunis en une même sphère d'indexabilité (Ertzscheid, 2005). La raison : le passage « en ligne » de l'essentiel de nos comportements informationnels, grâce au déploiement d'outils dédiés mis à disposition par les moteurs (*webmails*, *Desktop Search*⁶). L'essentiel du matériau documentaire qui définit notre rapport à l'information et à la connaissance se retrouve entre les mains de quelques sociétés marchandes : courriers privés, fichiers personnels, pages web publiques, pages web d'entreprises, publications savantes, fonds numérisés de bibliothèques. Un seul et même outil, une seule et même société commerciale⁷ indexe et

6. Les webmails permettent de stocker et de consulter son courrier électronique en ligne. L'offre *Desktop Search* permet d'indexer le contenu d'un ordinateur personnel grâce au moteur choisi (Google, Yahoo! ou Microsoft).

7. Google dispose ici d'un leadership incontestable, lequel ne peut être élargi au-delà des deux sociétés concurrentes que sont Yahoo! et Microsoft.

supervise l'accès à cet ensemble. En terme d'accès et de droit à l'information, le mouvement de concentration extrême qui touche ici la médiasphère fait débat. D'autant que de nouveaux usages produisent une hybridation inédite des sphères publiques et privées : on parle à propos des blogs d'espaces de publication « **extimes*** » (Tisseron, 2001). Enfin, des comportements informationnels de plus en plus nomades se cristallisent autour des outils bureautiques en ligne offerts par les mêmes acteurs (Google principalement).

Soit un nouvel écosystème informationnel global préempté par quelques moteurs de recherche qui font commerce de l'accès à ces contenus. Car la gratuité des services offerts ne doit pas masquer la logique marchande de cette mise en mémoire planétaire. L'indexation massive de la sphère documentaire publique, privée et intime n'a plus comme objectif principal de répondre à des logiques de recherche d'information en optimisant la pertinence des résultats proposés. Elle vise la diffusion ciblée de publicités contextuelles sur tout type de contenu documentaire, dans tous les types d'activités sociales ou professionnelles connectées.

La marchandisation de l'indexation

Avec la réunification des continents documentaires, deux modèles aux antagonismes structurels

s'affrontent. Le modèle bibliothéconomique défend l'accès raisonné à des documents choisis pour leur représentativité. Le modèle économique des moteurs de recherche – largement dominant sur le Net – tend à la marchandisation systématique et optimale de tout contenu documentaire en ligne, quelles que soient sa nature et sa granularité. Dans le contexte d'une économie de l'accès et de l'attention (Salaün, 2004, p. 30 ; Davenport et Beek, 2001) totalement préemptée par les moteurs de recherche, tout est mis en œuvre pour accroître les possibilités de recouper systématiquement les données ainsi collectées, jusqu'à constituer une « base de données des intentions » (Battelle, 2003) couvrant l'ensemble des données, informations et connaissances indexables.

Notre monde a toujours été documenté. Mais pendant des siècles, l'indexation, humaine ou machinique, demeura hors de toute considération marchande. Avec l'arrivée des liens sponsorisés⁸ fonctionnant aussi bien en production (« j'achète un mot ») qu'en réception (« j'affiche une publicité »), plus aucune **industrie culturelle*** n'échappe à cette nouvelle dimension marchande de la repré-

8. Les liens sponsorisés (achat de mots-clés) furent introduits pour pallier aux insuffisances du modèle économique qui servait alors de base aux moteurs (location de bannières publicitaires). Ils représentent aujourd'hui l'essentiel des revenus colossaux de Google.

sensation et de l'accès à l'information. L'arrivée de nouvelles procédures d'indexation sociale ou « folksonomies⁹ » (Le Deuff, 2006 ; Ertzscheid et Gallezot, 2006) pourrait introduire une alternative à la situation monopolistique décrite jusqu'ici, si les outils qu'elle nécessite n'appartenaient pas aux mêmes acteurs¹⁰. Quoi qu'il en soit, ces pratiques contribuent à faire de chacun de nous des médiateurs-indexeurs de toute trace documentaire, si infime soit-elle¹¹.

Après cette socialisation de l'indexation, l'individu et ses relations interpersonnelles connectées peuvent être envisagés comme le nouveau corp(u)s documentaire d'une écologie informationnelle globale. Si les modalités de traitement documentaire ont évolué en perdant en logique ce qu'elles gagnaient en usages, et en intégrité ce qu'elles gagnaient en revenus publicitaires, leur finalité demeure : il s'agit de « faire collection » pour permettre à chacun de s'orienter, de choisir, en mettant en place un catalogue global des individualités humaines.

9. Les folksonomies désignent un système de classification collaborative, à l'aide de mots-clés librement choisis.

10. Le site del.icio.us (<<http://del.icio.us>>) a été racheté par Yahoo! (<<http://delicious.com>>).

11. L'indexation sociale permet de déposer des tags (mots-clés) sur des micro-contenus (billets de blogs, images) ou sur des macro-contenus (sites web ou ouvrages en ligne).

Trois axes permettent de caractériser cette nouvelle économie sociale des documents numériques. Le premier est celui d'une communautarisation des pratiques (logiques participatives du Web 2). Le second concerne l'homogénéisation de la sphère d'indexabilité des contenus Web et non-Web (espaces public, privé, intime, *extime* convergent). À la croisée de ces deux axes, les grands acteurs marchands, qui contrôlent l'ensemble des accès et des services numériques.

Vers de nouvelles documentations sociales

L'avènement des réseaux sociaux

À l'instar du Web renouvelant le fantasme de la bibliothèque universelle d'Odet (Odet, 1934 ; Van Den Heuvel *et al.*, 2003), les réseaux travaillent l'imaginaire du village global et de l'humanité connectée. Le fondateur de *Facebook* met en avant le concept de graphe social, pour en faire un argument marketing. Le graphe social « est l'ensemble des relations de toutes les personnes dans le monde. Il y en a un seul et il comprend tout le monde. Personne ne le possède. Ce que nous essayons de faire c'est de le modéliser, de

représenter exactement le monde réel en en dressant la carte » (Pisani, 2007).

Initialement simples listes de relations (*friend-list*), les réseaux sociaux sont aujourd'hui de véritables médias de socialisation : ils autorisent la mise en relation mais également la mise en partage de tous types de médias¹². La dynamique de cette évolution est identique, à celle qu'on a déjà décrite : mes informations, mon profil, mes traces numériques documentaires, mes amis et mes relations s'y trouvent réunis en un même panoptique. Mais les pratiques d'enregistrement sur un réseau social se font beaucoup plus incitatives pour la délivrance d'informations relevant de notre vie privée et intime. Le déclaratif et l'explicite y sont la règle : lors de votre inscription sur *Facebook*, vous devez indiquer vos orientations politiques, sexuelles et religieuses. La justification affichée par le site (mise en relation affinitaire) ne doit pas masquer la constitution d'une collection, d'un fichage organisé d'individualités. Des individualités qui peinent à se dissimuler derrière une ou plusieurs identités numériques.

L'identité numérique peut être définie comme la collection des traces (écrits, contenus audio ou vidéo, messages sur des forums, identifiants de

12. Il est possible d'y partager des signets, des billets de blogs mais également des morceaux de musique, des photographies, etc.

connexion, actes d'achat ou de consultation, etc.) que nous laissons derrière nous, consciemment ou inconsciemment, au fil de nos navigations et de nos échanges. Une fois « remixées » par les moteurs de recherche ou les sites de réseaux sociaux, ces traces définissent le périmètre de notre réputation numérique¹³.

Documentations identitaires

Entre les aspirations des usagers à rassembler leurs traces et l'offre de services très diversifiée des outils de recherche pour optimiser leur ciblage publicitaire, nous documentons en permanence et en toute transparence nos identités numériques. Ou plus précisément, la part « numérique » de nos productions documentaires et ce qu'elles disent de nous dans l'interface des moteurs de recherche ou des réseaux sociaux.

Stockage et partage de photos, de vidéos, rédaction de blogs, archives ouvertes scientifiques, gestion de profils professionnels, journaliste citoyen, commentaires et contributions diverses : la quantité des traces numériques est d'autant plus considérable que chacune d'elles peut à son tour être commentée, ré-indexée, recompilée pour d'autres usages, dans d'autres dispositifs ou discursifs. En

13. Pour plus d'informations, voir notamment Cardon, 2008.

un mot : « redocumentarisée » (Zacklad, 2007). La granularité des documents disponibles devient aussi complexe à appréhender que leur dispersion sur le réseau.

Dans ce grand désordre, il devient de plus en plus difficile de capter et de maintenir un niveau suffisant d'attention. Grâce aux technologies RSS et aux univers semi-fermés des réseaux sociaux, la moindre trace d'activité documentaire chez l'une de vos relations est capitalisée : chaque mise à jour de son profil, changement de son « statut » ou échange, si anodin soit-il, est instantanément signalé dans votre propre espace. L'*in-scription* documentaire n'est plus la seule à être décomposée et réfléchie sous différentes formes ; c'est désormais l'attention portée à cette trace en recomposition permanente qui est instrumentalisée. Le document n'est plus simplement vecteur d'attention, c'est l'attention qui devient le vecteur d'une documentation permanente.

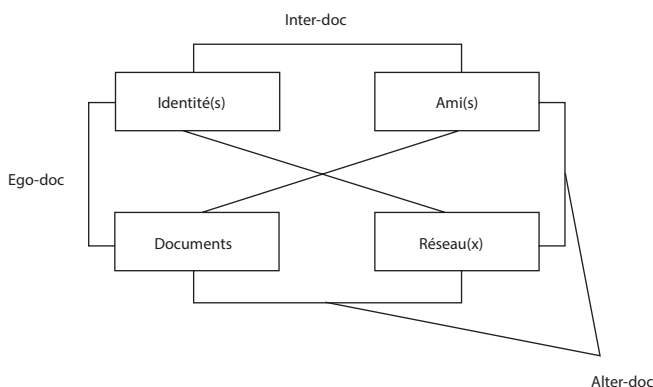
Quelles documentations identitaires ?

Facebook est l'interface

L'interface de *Facebook* explicite parfaitement ce processus par la disposition des trois grandes unités sémiotiques qui la composent. L'ouverture d'un

compte permet de disposer d'une identité centrale factuelle (sexe, date de naissance, opinions politiques, religieuse...) mais toujours possiblement fantasmée (aucune vérification n'étant opérée) – une identité que « nous » documentons avec divers documents (photos, articles). Elle se prolonge alors dans d'autres strates identitaires (profils relationnels, personnels, académiques, professionnels) qui autorisent différentes recombinaisons, diverses redocumentations croisées. La fouille identitaire (moteur de recherche) peut alors opérer de manière affinitaire (recherche « élective » de personnes partageant les mêmes vues politiques ou religieuses), mais peut également être propagée ou recoupée avec d'autres strates (listes de nos « amis », de nos « réseaux » géographiques, professionnels... elles-mêmes hiérarchisables).

Carré sémiotique de nos identités documentaires



Le lien entre « identité(s) » et « document(s) » procède d'une identité documentaire autoréférentielle maîtrisée en amont : je remplis ma fiche, mes profils, j'insère mes documents. La dissémination des informations dans les autres strates qui composent le système est beaucoup plus délicate à contrôler.

Le processus dominant est la réciprocité des documentations identitaires entre amis d'un même groupe ou sur la base d'une exploration affinitaire (recherche de personnes possédant les mêmes préférences sexuelles, politiques ou religieuses).

Le système exploite toutes les possibilités de fouille et de recoupement disponibles. Propagés dans différents

réseaux, mes documents, mes profils, mes « identités », mes « amis » s'affranchissent de mon espace de contrôle.

L'objectif de maîtrise cède la place à celui de dispersion, de divertissement¹⁴ et dans une moindre mesure de travestissement. L'intérêt marchand du processus est d'enrichir la granularité et la rentabilité des documents et des identités *via* les usages et les recompositions qui seront opérées hors de la sphère de contrôle et de diffusion initiale. Pour le participant au réseau, l'intérêt devient celui de la « **sérendipité*** » (Perriault, 2000 ; Ertzscheid et Gallezot, 2004), c'est-à-dire la découverte, l'affichage et la réappropriation fortuite de l'ensemble des traces documentaires identitaires et affinitaires disponibles.

L'homme est un document comme les autres

Privauté et persistance

Ces traces identitaires documentées interrogent la privauté des espaces numériques semi-publics,

14. Les applications les plus populaires sur le site *Facebook* sont de nature ludique : <<http://www.allfacebook.com/2007/10/the-top-24-facebook-applications/>>. On peut également y jouer en ligne (applications ludiques), y bavarder, ou bien encore y travailler de manière collaborative, à l'aide par exemple de wikis intégrés.

dans lesquels ce que je dis de moi aujourd'hui restera accessible demain. Cette persistance documentaire est au cœur de l'économie des identités : appliquée aux profils et aux applications utilisées, elle permet de conserver l'activité sociale des individus, pour mieux monétiser l'ensemble au travers de l'offre publicitaire choisie. La fouille identitaire, la *searchability* – littéralement, capacité à être recherché/retrouvé (Boyd, 2007) – ajoute encore à l'effet panoptique, particulièrement parce qu'elle est mise en œuvre non plus simplement par des proches mais également par des sociétés commerciales, des institutions, et demain peut-être des États.

Le complexe de l'antilope

« L'antilope qui court dans les plaines d'Afrique ne peut être considérée comme un document. Mais si elle est capturée et devient un objet d'études, on la considère alors comme un document. Elle devient une preuve physique » (Briet, 1951). L'ensemble des strates identitaires qui sont au cœur de la logique déclarative des sites de réseaux sociaux, conjuguée à leur volumétrie considérable, autorise toutes les exploitations procédurales, toutes les ré-ingénieries, toutes les redocumentarisations. L'homme est devenu un document comme les autres, disposant d'une identité dont il n'est plus « propriétaire », dont il ne

contrôle que peu la visibilité (ouverture des profils à l'indexation par les moteurs de recherche), et dont il sous-estime la finalité marchande.

Du World Wide Web au World Life Web

L'industrialisation de l'indexation rejoint donc inexorablement celle de l'intime (Giffard, 2005). Elle sera complète et réalisée quand un continuum stable sera établi entre nos identités, documents et comportements en ligne et hors ligne. Or, c'est précisément ce mouvement qui est en cours avec la mise en place d'applications effaçant cette dernière frontière entre un monde connecté et un autre déconnecté¹⁵. Quand cette ultime frontière aura sauté, tout sera en permanence indexé, mémorisé, stocké, documenté. Ce nouveau continuum numérique sera d'abord le reflet de cette rémanence des flux informationnels qu'imprègnent de manière de plus en plus indélébile les documentations attachées à nos sociabilités virtuelles.

Après avoir réglé la question de l'adressage des documents (*World Wide Web*), après s'être donné les

15. C'est cette synchronisation totale que propose Google avec le service Google Gears (<<http://gears.google.com>>), qui fonctionne déjà sur Gmail (courrier électronique), GoogleReader (agrégateur de flux RSS), GoogleCalendar, et bientôt sur l'ensemble des services de la firme.

moyens d'une indexation en temps réel des flux informationnels (*World Live Web*), nous sommes aujourd'hui entrés dans un troisième âge documentaire : celui qui systématise l'instrumentalisation de nos sociabilités numériques ainsi que le caractère indexable d'une identité constituée par nos traces sur le réseau, indistinctement publiques, privées ou intimes. Documents et mots-clés ont acquis une dimension marchande. Ils se vendent et s'achètent sur la grande place du marché d'Internet que régule pour une large part le seul moteur Google. Nos traces identitaires numériques sont dès à présent également marchandisables. À quelle échelle le seront-elles demain et de quel niveau de contrôle disposerons-nous encore sur leur dissémination ? Bienvenue dans le *World Life Web*.

Références bibliographiques

BATTELLE, John, « The Database of Intentions », *Searchblog*, 13/11/2003. [En ligne]

Disponible sur : <http://battellemedia.com/archives/2003/11/the_database_of_intentions.php>.

BERGMAN, Michael K., « The Deep Web : Surfacing Hidden Value », *The Journal of Electronic Publishing*, volume 7, n° 1, août 2001. [En ligne]

Disponible sur : <<http://hdl.handle.net/2027/spo.3336451.0007.104>>.

BERNERS LEE, T., « Hypertext and CERN », 1 989. [En ligne]

Disponible sur : <<http://histoire-internet.vincaria.net/public/archives/HTandCERN.txt>> et <<http://www.w3.org/history/1989/proposal.html>>.

BRIET, Suzanne, *Qu'est-ce que la documentation ?*, Paris, Édit, 1951.

CARDON, Dominique, « Le design de la visibilité : un essai de typologie du Web 2.0 », *InternetActu*, 1/02/2008. [En ligne]

Disponible sur : <<http://www.internetactu.net/2008/02/01/le-design-de-la-visibilite-un-essai-de-typologie-du-web-20/>>.

DAVENPORT, Thomas H. et BECK, John C., *The Attention Economy*, Harvard Business School Press, 2001.

ERTZSCHEID, Olivier, « Le jour où notre disque dur aura disparu », *Le Monde*, 21 avril 2005.

ERTZSCHEID, Olivier et GALLEZOT, Gabriel, « Étude exploratoire des pratiques d'indexation sociale comme une renégociation des espaces documentaires », in CHARTRON, Ghislaine et BROUDOUX, Evelyne (dir.), *Document numérique et société*, ADBS Éditions, 2006.

ERTZSCHEID, Olivier et GALLEZOT, Gabriel, « Des machines pour chercher au hasard : moteurs de recherche et recherche d'information », XIV^e Congrès de la SFSIC, *Questionner l'internationalisation : cultures, acteurs, organisations, machines*, Béziers 2004.

Disponible sur : <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000989/fr>.

GIFFARD, Alain, « Skyblogs et blogosphère », 8 juin 2005. [En ligne]

Disponible sur : <http://alaingiffard.blogs.com/culture/2005/06/skyblogs_et_blo.html>.

LE DEUFF, Olivier, « Folksonomies : les usagers indexent le Web », *BBF*, n° 4, 2006, p. 66-70. [En ligne]

Disponible sur : <<http://bbf.enssib.fr/>>.

OTLET, Paul, *Traité de documentation : le livre sur le livre*, Bruxelles, Éd. Mundaneum, 1934.

Disponible sur : <http://lib.ugent.be/fulltxt/handle/1854/5612/Traite_de_documentation_ocr.pdf>.

Identités numériques. Expressions et traçabilité

PERRIAULT, Jacques, « Effet diligence, effet serendip et autres défis pour les sciences de l'information », Actes du colloque international *Pratiques collectives distribuées sur Internet*, 2000.

PISANI, Francis, « Facebook : c'est pour mieux te connaître mon enfant », *Transnets*, 18 septembre 2007. [En ligne]
Disponible sur : <<http://pisani.blog.lemonde.fr/2007/09/18/>>.

SALAÜN, Jean-Michel, « Libre accès aux ressources scientifiques et place des bibliothèques », *BBF*, n° 6, 2004. [En ligne]
Disponible sur : <<http://bbf.enssib.fr>>.

TISSERON, Serge, *L'intimité surexposée*, Paris, Ramsay, 2001.

VAN DEN HEUVEL, Charles, RAYWARD, Boyd et UYTENHOVE, Pieter, « L'architecture du savoir. Une recherche sur le Mundaneum et les précurseurs européens de l'Internet », *Associations transnationales*, n° 1-2 (numéro spécial), janvier-juin 2003, p. 16-28.

VOGELSTEIN, Fred, « The Facebook Revolution », *Los Angeles Times*, 7 janvier 2007.

ZACKLAD, Manuel, « Réseaux et communautés d'imaginaire documentées », in SKARE, R., LUND, W. L., VARHEIM, A. (dir.), *A Document (Re)turn*, 2007, Francfort-sur-Main, Peter Lang, p. 279-297.

Tous les liens vers les articles web ont été mis en jour en mars 2015.

Bibliographie sélective

CARDON, Dominique, *La démocratie Internet*, Paris, Seuil, coll. « La République des idées », 2010.

CASSILI, Antonio, *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?*, Paris, Seuil, 2010.

CHARDEL, Pierre-Antoine, *Politiques sécuritaires et surveillance numérique*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2014.

COUTANT, Alexandre et STENGER, Thomas (dir.), *Identités numériques*, Paris, L'Harmattan, 2014.

DOUEIHI, Milad, *La grande conversion numérique*, Paris, Seuil, 2008.

FOUCAULT, Michel, *Surveiller et punir, Naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 1993 (1975).

FOURMENTRAUX, Jean-Paul, *L'œuvre virale. Net art et culture Hacker*, Bruxelles, La Lettre Volée, 2013.

GEORGES, Fanny, *Identités virtuelles : les profils utilisateur du Web 2.0*, Paris, Questions théoriques, 2010.

KESSOUS, Emmanuel, *L'attention au monde. Sociologie des données personnelles à l'ère numérique*, Paris, Armand Colin, 2012.

REY, Bénédicte, *La privacy à l'ère du numérique*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2012.

JENKINS, Henry, *Convergence Culture*, New York, New York University Press, 2006.

KAUFMANN, Jean-Claude, *L'invention de soi. Une théorie de l'identité*, Paris, Armand Colin, 2004.

LAHIRE, Bernard, *L'Homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, Nathan, 1998.

TISSERON, Serge, *L'intimité surexposée*, Paris, Ramsay, 2001.

SIMONDON, Gilbert, *L'individuation psychique et collective : à la lumière des notions de Forme, Information, Potentiel et Métastabilité*, Paris, Aubier, 2007.

Glossaire

Les termes qui figurent dans le glossaire sont écrits en gras et précédés d'un* dans le texte

Architexte : le terme apparaît pour la première fois dans un ouvrage du critique et théoricien de la littérature Gérard Genette, pour définir l'ensemble des modes dont le texte relève (genres littéraires, types de discours...) : « L'ensemble des catégories générales, ou transcendantes – types de discours, modes d'énonciation, genres littéraires, etc. – dont relève chaque texte singulier ». Par extension, il qualifie dans les humanités numériques l'ensemble des métadonnées informatiques qui cadrent et permettent l'accès et la pratique du texte écrit et lu (cf. par exemple les travaux sur les « écrits d'écran » : Souchier, E., Jeanneret Y., Le Marec, J., *Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, Éditions de la BPI, Centre Pompidou, 2003.

Avatar (n.m.) : un avatar, en jeu vidéo comme en réseau, est un personnage virtuel contrôlé par l'utilisateur. Cette représentation de l'utilisateur dans un environnement virtuel peut être plus ou moins fidèle

aux traits de l'utilisateur. C'est-à-dire que ce dernier peut, particulièrement en contexte d'interaction avec d'autres usagers, construire cette représentation de façon à atteindre ses objectifs d'interaction plutôt que pour dépeindre la réalité.

Biométrie (biométrique) : la technologie biométrique consiste à transformer une caractéristique biologique, morphologique ou comportementale en une empreinte numérique. Au-delà de certaines applications censées favoriser une sécurisation de l'accès à certaines zones ou à certains services, le développement de cette technologie d'identification s'inscrit dans un contexte de lutte contre le terrorisme à l'échelle internationale, où l'attentat terroriste manifeste la disparition de la distinction entre le front et l'arrière, voire de la frontière elle-même, et où l'auteur d'un éventuel attentat se confond avec une capacité de se dissimuler dans une population locale, pouvant être lui-même citoyen du pays dans lequel il commet un attentat.

Care : hérité de la pensée féministe américaine, le concept du *care* est apparu en France sous la plume de philosophes (Sandra Laugier), psychologues (Pascale Molinier) et sociologues (Patricia Paperman) contemporains, au sens du « prendre soin » des humains et de la terre selon une éthique et une écologie politique de la responsabilité. La visée pragmatique du concept l'associe à une activité ou une pratique active du *care*, un « travail

du *care* » dont la singularité réside dans une combinaison de compétences techniques et émotionnelles : le soin, la sollicitude, le souci des autres (et de soi), la compassion, le dévouement, etc. Voir par exemple : Pascale Molinier, *Le travail du care*, Paris, La Dispute, 2013.

Cloud et cloud computing : par opposition au stockage et traitement de l'information en local, typiquement sur un PC, *cloud computing* désigne le stockage, le traitement et la mise à disposition des données et des applications logicielles *via* un réseau privé (par exemple un réseau d'entreprise), public (Internet), ou leur combinaison. Une des caractéristiques essentielles de ce modèle est la distribution des ressources et de la puissance du calcul ; les applications sont donc conçues pour et exécutées *via* Internet. Ce modèle comporte des difficultés intrinsèques quant à la gestion des données à caractère personnel ou sensibles. En effet, ces données sont hébergées, en raison même de l'architecture *cloud*, chez le prestataire de service.

Cnil : créée par la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée dite « Informatique et libertés », la Commission nationale de l'informatique et des libertés est chargée de veiller à ce que l'informatique soit au service du citoyen et qu'elle ne porte atteinte ni à l'identité humaine, ni aux droits de l'homme, ni à la vie privée, ni aux libertés individuelles ou publiques. Elle exerce ses missions conformément à la loi Informatique

et libertés qui la qualifie d'autorité administrative indépendante.

Darknet : Le « Web profond » ou « Darknet » est une collection de pages non-indexées. Une sorte de web caché (en anglais deep web) dont les pages des sites hébergés ne sont pas accessibles par les moteurs de recherche classiques généralistes. Seul certains moteurs, tels que BASE ou TOR, prennent en compte cette partie du réseau regroupant tout les sites Web dont l'extension se termine par « .oignon ».

Digital Humanities : voir humanités numériques.

Économie de l'attention : défend l'idée qu'à l'ère numérique, ce qui donne de la valeur à l'information et aux biens culturels, c'est la somme d'attention et d'interaction qu'ils peuvent attirer. Son corolaire est le marché de la recommandation, basé sur les réseaux sociaux dans lesquels les informations et biens culturels circulent selon le taux de clics qu'ils ont reçus sur Internet, ou selon le taux de liens partagés entre les internautes qui renvoient vers ces mêmes informations et biens culturels. Le but étant d'accroître la rentabilité ou la visibilité en fonction de la logique de l'échange marchand (on pense au système de recommandation d'Amazon) ou du partage désintéressé (par exemple le système de recommandation d'articles de Wikipédia).

Extimité : selon Serge Tisseron (psychiatre et psychanalyste), l'extimité définit le désir de rendre visible ce qui est de l'ordre de l'intime : *L'Intimité surexposée* (Éditions Ramsay, réédition 2003 aux Éditions Hachette). À la différence de l'exhibitionnisme (pathologique et morbide), l'extimité – qui semble plus appropriée aux émissions de télé-réalité et par la suite à la blogosphère – renvoie au désir qu'aurait tout être humain, consciemment ou inconsciemment, de rendre visible tout ou partie de ce qui est de la sphère de l'intime : « un désir de communiquer sur son monde intérieur », constitutif de la personne humaine et nécessaire à son développement psychique – notamment à une bonne image de soi.

Fansubbing, fansub ou **fan-sub** : (contraction de l'anglais *fan* et *subtitle* pour « sous-titre ») consiste à intégrer des sous-titres réalisés par des amateurs sur des productions audiovisuelles en version originale (films, films d'animation, séries, etc.). Le sous-titrage est fait de manière bénévole par des fans (et pour des fans) formant un groupe de *fansubber* qui s'organise et se répartit le travail en fonction des capacités de chacun. Cette pratique est jugée illégale car elle ne respecte pas les droits d'auteur.

Fanfilm : film réalisé par un fan d'une série télévisée, d'un film, d'un jeu vidéo, d'un livre ou d'une bande dessinée à partir du monde imaginé dans l'œuvre

originale. Les *fanfilms* se déclinent en plusieurs formats et tonalités.

Hacker : le terme provient du verbe anglais *hack* qui signifie bidouiller, modifier, bricoler. Désignant initialement les passionnés d'informatique et du numérique, bricolant les systèmes pour souvent les détourner de leurs fonctions originelles, le mot est parfois utilisé pour désigner les pirates informatiques. Mais on peut aussi désigner par le terme *hacker* un spécialiste de la sécurité informatique, leur dénominateur commun étant leur appétence et aptitude à comprendre et pénétrer le cœur des systèmes informatiques.

Humanités numériques (*Digital Humanities*) : désignent une transdiscipline, porteuse des méthodes, des dispositifs et des perspectives heuristiques liés au numérique dans le domaine des sciences humaines et sociales.

Industries culturelles : expression utilisée par Adorno et Horkheimer (*La dialectique de la raison*, 1947) dans le sillage des réflexions ouvertes par Marx et Benjamin, pour désigner et dénoncer l'application des processus et logiques économiques du capitalisme (standardisation, planification, rentabilité) au monde de la création et de la culture. L'appauvrissement des contenus ôte selon eux toute capacité critique et émancipatrice à ces produits qui deviennent ainsi des

biens de consommation ordinaire et contribuant par leur conformisme à l'aliénation des masses et à leur adhésion aveugle à la réalité et à un ordre social conservateur. Vivement critiquée dans cet emploi théorique (Katz, Lazarsfeld, Morin, Wolton), cette notion est aujourd'hui en proie au danger de la banalisation pour ne servir essentiellement qu'à décrire factuellement le fonctionnement, les circuits et les instances de l'économie de la culture.

Masses de données (*big data*) : appelées également grandes masses de données, elles désignent des ensembles de données extrêmement volumineux qui se comptent en téraoctets et ne permettent plus des méthodes de traitement et d'analyse classiques, posant des problèmes de stockage et de gestion de l'information.

Métadonnées : informations contenues dans un document numérique (page web, document pdf, image, donnée) et donnant des renseignements sur ce dernier (date de création, licence, nom de l'auteur, mots-clés, etc.). Ces informations sont notamment utilisées par les moteurs de recherche pour classer et évaluer la pertinence des contenus disponibles sur le Web ou dans des bases de données. Les métadonnées portant des informations sur les droits afférents à un document prennent de plus en plus d'importance.

Peer to peer (Pair-à-pair) : technologie de réseau qui permet de reconstruire un document en allant puiser des parties sur les ordinateurs des autres usagers connectés (les pairs). Cela évite le goulot d'étranglement et la surcharge d'un serveur central. C'est un modèle informatique prometteur pour mieux répartir la bande passante. Il est notamment utilisé pour le partage non-marchand de fichiers entre utilisateurs.

Podcasting : moyen de diffusion de fichiers audiovisuels (*podcasts*) sur le Net. Le *podcast*, une fois publié en ligne, est téléchargé automatiquement et transféré vers un ordinateur ou un baladeur numérique.

Privacy : du latin *privatus*, « séparé du reste » ou « privé de quelque chose », terme qui renvoie à la capacité d'un individu ou d'un groupe à s'isoler et à s'exprimer de manière autonome, en délimitant ainsi une sphère du propre. Ce terme recouvre plus largement la protection des données personnelles et renvoie à un droit de ne pas subir l'intrusion d'autrui. Ce droit est lié à des juridictions spécifiques selon les pays. Parallèlement à cette dimension juridique, on voit se développer la notion de « *Privacy by Design* » qui part du principe que le cadre légal ne saurait être suffisant pour assurer la protection de la sphère privée. Il conviendrait donc d'intégrer le respect de la vie privée directement dans la conception et le fonctionnement des systèmes informatiques.

Sérendipité : fait de trouver la bonne information par hasard, de faire une trouvaille, une découverte par chance, par erreur, en tout cas sans l'avoir prévu ainsi. La sérendipité repose aussi sur un état d'esprit sagace, propice à la curiosité, à l'ouverture, capable de saisir ce hasard.

Single sign-on : l'objet du *single sign-on*, noté SSO, dite authentification ou identification unique, est de centraliser l'authentification afin de permettre à l'utilisateur d'Internet d'accéder à toutes les ressources (machines, systèmes, réseaux, applications informatiques ou sites web sécurisés) auxquelles il est autorisé à accéder, en s'étant identifié une seule fois sur le réseau. L'objectif du SSO est ainsi de propager et partager l'information d'authentification entre différents services du réseau, voire aux autres réseaux et d'éviter ainsi à l'utilisateur de multiples identifications par mot de passe. Toute la difficulté de l'exercice réside dans le niveau de confiance entre les entités d'une part et la mise en place d'une procédure de propagation commune à toutes les entités à fédérer d'autre part.

Syndication : consiste à intégrer sur un site, de manière automatique, tout ou partie du contenu d'un autre site. Ce procédé repose sur l'usage de différents flux d'information auxquels les sites et les particuliers s'abonnent.

Tag (taggage, taguer, tagging) : par analogie avec le catalogage et l'indexation dans le domaine bibliothécaire,

les tags se rapprochent des mots-clés qui décrivent, sous forme d'un mot ou d'une courte expression, une des caractéristiques saillantes d'un objet numérique (texte, image, vidéo, application, etc.). Le taggage permet le regroupement de ces objets selon les caractéristiques souhaitées, et la visualisation des collections d'objets selon différents critères, par exemple la fréquence des tags dans la collection (*tag cloud* ou nuage des tags). Les tags sont en général définis par l'utilisateur et représentent donc un système « ouvert ». Ils sont en cela différents des mots-clés qui sont utilisés par les moteurs de recherche pour l'indexation du Web.

Twitt ou **tweet** : (marque déposée par la société Twitter Inc), nom masculin d'origine anglaise qui est un court message comportant 140 caractères maximum, posté sur le site de microblogage *Twitter* dont l'application permet à un utilisateur d'envoyer gratuitement et en temps réel de brefs messages appelés tweets (ou « gazouillis ») sur Internet, par messagerie instantanée ou par SMS.

Web profond : voir **Darknet**

Wiki : issu d'un terme hawaïen qui signifie vite, ce mot a été choisi par Ward Cunningham en 1995 pour son wiki dénommé WikiWikiWeb. Si le plus connu des wikis est aujourd'hui indéniablement *Wikipedia*, le terme peut désigner tout site web dont les pages sont modifiables au moyen d'un navigateur web par les visiteurs afin de permettre une écriture collaborative.

Les auteurs

Michel Arnaud, après avoir étudié la sociologie de l'éducation à l'Université de Paris 8, a d'abord été lecteur de français en Inde. Devenu analyste informatique au ministère des Universités, il a décidé de compléter ses études en s'inscrivant à Columbia, avant de devenir consultant en micro-informatique au FNUAP (Nations unies) puis chef de projet à la Commission européenne. Revenu au CNED Futuroscope, il s'est spécialisé dans l'enseignement en ligne avant d'être responsable d'un DESS en ligne dispensé dans toute la Francophonie depuis l'Université de Strasbourg. Enfin à l'Université de Paris Ouest Nanterre la Défense, il est responsable de trois diplômes en ligne. Ses axes de recherche couvrent l'étude des faits sociaux d'information et de communication, sous les multiples aspects des techniques, des dispositifs, des usages et des politiques. Michel Arnaud a notamment dirigé avec Louise Merzeau le n° 53 de la revue *Hermès, Traçabilité et réseaux* (2009). Sa page personnelle : <<http://www.u-paris10.fr/m-arnaud-michel-81538.kjsp?STNAV=&RUBNAV=>>>.

Frank Beau, ancien journaliste et chercheur indépendant, est spécialisé sur les nouveaux médias. Il a

notamment publié : *Cinéma et dernières technologies*, (Deboeck Université – INA, 1998 – avec Philippe Dubois et Gérard Leblanc), *Culture d'univers : jeux en réseaux monde virtuels, le nouvel âge de la société numérique* (Fyp éditions, 2007). Il travaille désormais sur les questions de démocratie locale et d'éducation citoyenne. Son dernier titre paru est *4 jours et demi : comprendre la réforme des nouveaux rythmes scolaires* (Fyp éditions, 2013).

Dominique Cardon est sociologue au Laboratoire des usages d'Orange Labs et professeur associé à l'Université de Marne-la-Vallée. Ses travaux portent sur les usages d'Internet et les transformations de l'espace public numérique. Ses recherches récentes se concentrent sur les réseaux sociaux de l'Internet, les formes d'identité en ligne, l'autoproduction amateur et l'analyse des formes de coopération et de gouvernance dans les grands collectifs en ligne. Il conduit aujourd'hui une analyse sociologique des algorithmes permettant d'organiser l'information sur le Web. Il a dirigé la publication des numéros spéciaux de la revue *Réseaux* dont « Politique des algorithmes » (n° 177, avril 2013) et « Méthodes digitales » (n° 188, 2014). Il a publié *La démocratie Internet* (Paris, Seuil/La République des idées, 2010) et, avec Fabien Granjon, *Mediactivistes* (Paris, Presses de Science Po, 2010 ; 2^{ème} éd. enrichie : 2013).

Alexandre Coutant est enseignant-chercheur à l'Université de Franche-Comté au laboratoire ELLIADD. Il s'intéresse aux activités de consommation des individus et à leurs usages des techniques de l'information et de la communication. Ses premières recherches portent sur le fonctionnement du secteur professionnel du marketing et de la communication, un domaine qu'il analyse désormais dans le cadre des métiers de l'Internet. En parallèle il cherche à comprendre la dynamique complexe par laquelle les individus « font avec » un ensemble de dispositifs, objets et discours provenant de la « société de consommation ». Ses terrains principaux sont les dispositifs sociotechniques et les marques. Il a notamment dirigé avec Thomas Stenger le n° 59 de la revue *Hermès, Ces réseaux numériques dits sociaux* (2011).

Oriane Deseilligny est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'IUT de Villetaneuse (Université Paris 13) depuis 2008. Après sa thèse consacrée aux journaux personnels sur le Web (2006), elle s'est intéressée aux blogs de voyage, aux skyblogs, et étudie plus largement, au sein du GRIPIC (Celsa Paris-Sorbonne), les métamorphoses des pratiques d'écriture ordinaires et littéraires en contexte numérique. Elle a co-dirigé avec Sylvie Ducas la publication d'un ouvrage consacré aux recompositions de la figure de l'auteur et de l'écrivain

sur Internet : *L'auteur en réseau, les réseaux de l'auteur*, Presses universitaires de Paris Ouest, 2013.

Milad Doueïhi est américain, historien des religions, philosophe et titulaire de la Chaire d'humanisme numérique à la COMUE Sorbonne Universités. Il fut également titulaire de la chaire de recherche sur les cultures numériques à l'Université Laval (Québec). Il a notamment publié *La grande conversion numérique*, suivie de *Rêveries d'un promeneur numérique* (2011, [2007]), *Pour un humanisme numérique* (2011), *Qu'est-ce que le numérique ?* (2013). En 2015 paraîtront *Un sauvage chez les geeks* (Hermann) et *L'imaginaire de l'intelligence* (Seuil).

Olivier Ertzscheid est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Nantes depuis dix ans. Après un doctorat sur la notion « d'hypertexte », ses travaux portent sur les outils d'accès à l'information et à la connaissance, les modèles économiques qui les sous-tendent, la manière dont ils régulent aujourd'hui des pans entiers de nos vies, connectées ou non, et dans la perspective d'une écologie informationnelle globale. Il est l'auteur du blog scientifique *affordance.info* ainsi que de nombreux articles de revues.

Jean Paul Fourmentraux, sociologue et critique d'art, est professeur à l'Université de Provence,

Aix-Marseille. Habilité à diriger des recherches par l'Université de Paris-Sorbonne (HDR Paris 5), il est membre du Laboratoire d'études en Sciences des arts (LESA EA 3274 – Aix en Provence) et chercheur associé à l'École des hautes études en sciences sociales de Paris (EHESS) au Centre de recherches sur les arts et le langage (CRAL UMR-CNRS 8556). Ses recherches portent sur les interfaces entre création artistique, recherche technologique et innovation sociale. Il est l'auteur des ouvrages *Art et internet* (CNRS Éditions, 2010), *Artistes de laboratoire* (Hermann, 2011), *L'œuvre commune : affaire d'art et de citoyen* (Presses du réel, 2012), *L'œuvre virale : Net art et culture Hacker* (La Lettre Volée, 2013) et a dirigé *L'ère post-media* (Hermann, 2012) et *Art et science* (CNRS Éditions, 2012).

Cf. <<http://www.linkedin.com/in/jeanpaulfourmentraux>>.

Emmanuel Kessous est professeur de sociologie à l'Université de Nice-Sophia Antipolis, chercheur au GREDEG et chercheur associé au GEMASS. Il a travaillé pendant treize ans au centre de recherche et développement de France Télécom (Orange labs). Il a coordonné de nombreux ouvrages collectifs et numéros de revue, notamment sur *La consommation et la protection de l'environnement* (l'Harmattan, 2011, avec S. Barrey), *Le travail ordinaire de la sécurité* (Réseaux, 2012, avec J. Denis), *La fabrique de la vente*

(Presses des Mines, 2014, avec A. Mallard). En 2012, il publie aux éditions Armand Colin, *L'attention au monde. Sociologie des données personnelles à l'ère numérique*. À Nice, il est co-responsable de la double licence de sociologie et d'économie et de la spécialité de master 2 « Sociologie et ergonomie des technologies numériques ».

Sonia Livingstone est professeure au Département Média et communication de la London School of Economics and Political Science (LSE). Elle est l'auteure ou la coordinatrice de dix-neuf livres et nombreux articles ou chapitre d'ouvrages scientifiques dont *Digital Technologies in the Lives of Young People* (*Oxford Revue of Education*, 2014), and *Children, Risk and Safety Online : Research and policy challenges in comparative perspective* (Policy Press, 2012). Adoptant une approche comparative, critique et contextualisée, ses recherches portent sur les conditions changeantes de la médiation qui remodelent les pratiques quotidiennes et les possibilités d'action pour les droits, l'identité et la communication. Elle conduit le projet *Preparing for a Digital Future*, qui fait suite au projet *The Class*, en lien avec la Fondation MacArthur et financé par le Connected Learning Research Network. Elle dirige l'*EU Kids Online*, réseau d'initiatives de trente-trois pays, financé par le programme de la Commission

européenne *Better Internet for Kids*, ayant des impacts aux Royaume-Uni et en Europe.

Giovanna Mascheroni est maître de conférences en sociologie de la communication, au Département de sociologie de l'Université catholique de Milan et chercheure invitée au Département Média et communication de la London School of Economics and Political Science (LES). Depuis 2007, elle s'intéresse aux relations des jeunes avec Internet, en tant que référente du projet *EU Kids Online* et coordinatrice pour le *Net Children Go Mobile project* (www.netchildren-gomobile.eu). Elle est membre du comité de gestion de COST Action IS1410 – Alphabétisation numérique et pratiques multimodales de jeunes enfants (DigiLitEY). Elle dirige aussi, avec Cristian Vaccari et Lorenzo Mosca, le WebPolEU (comparaison des médias sociaux et de la participation politique dans l'UE (www.webpoleu.net)). Ses recherches portent sur les adolescents et Internet, la participation en ligne, l'alphabétisation numérique et la citoyenneté numérique.

Louise Merzeau est maître de conférences HDR en sciences de l'information et de la communication à l'université Paris Ouest Nanterre La Défense, et directrice adjointe du laboratoire Dicen-IDF, où elle pilote l'axe Traçabilité, mémoires et identités numériques. Responsable scientifique des Ateliers du dépôt légal

du Web à l'Ina et d'un webinaire sur les biens communs numériques, elle a récemment coordonné avec L. Barbe et V. Schafer l'ouvrage *Wikipedia, objet scientifique non identifié*, paru aux Presses universitaires de Paris Ouest dans la collection « Intelligences numériques » qu'elle codirige. Ses activités de recherche sont documentées sur son site : <<http://merzeau.net>>.

Maria Francesca Murru est post-doctorante à l'Université catholique de Milan, à la faculté de sciences politiques. Elle travaille actuellement à l'OssCom, centre de recherche sur les médias et la communication de cette même université. Ses principaux thèmes de recherche portent sur la participation civique dans les sphères publiques en ligne, la médiation de l'éducation civique, les médias et les enfants. Parmi ses récentes publications, on peut citer : « The Intersection Between "Obvious" and "Catalyzed Public" Through the Mediating Domain of Civic Cultures », (*Communication and Society*, 2013) ; « The Responsibility of Knowledge. Critique and Social Relevance in Research on Communication and Culture » (avec N. Carpentier, *Comunicazioni Sociali*, 3/2013).

Marc Parmentier est ancien élève de l'ENS, agrégé de philosophie, maître de conférences en philosophie à l'Université de Lille 3. Il est l'auteur de *Leibniz, Naissance du calcul différentiel*, (Vrin, 1989),

Introduction à l'Essai sur l'entendement de Locke (PUF, 1999) ; *Leibniz – Locke, une intrigue philosophique*, (Presses universitaires de la Sorbonne, 2008) et *Philosophie des sites de rencontres*, Paris, Ellipses, 2012.

Jacques Perriault est professeur émérite à l'Université Paris Ouest Nanterre La Défense et chercheur associé à l'Institut des sciences de la communication (CNRS/Paris-Sorbonne/UPMC). Il est l'auteur de plusieurs ouvrages dont *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer* (préface de Pierre Schaeffer, Flammarion, 1989), et *Dialogues autour d'une lanterne. Une brève histoire de la projection animée* (L'Harmattan, 2013). Auteur de nombreux articles de revues ou chapitres d'ouvrages, il a également dirigé *Racines oubliées de sciences de la communication* (CNRS Éditions, 2012), *La norme numérique* (avec Céline Vaguer, CNRS Éditions, 2011) et, avec Jean-Michel Besnier, le n° 67 de la revue *Hermès, Interdisciplinarité : entre disciplines et insdiscipline* (2013).

Bénédicte Rey est maître de conférences en sociologie à l'Université Technologique de Belfort-Montbéliard depuis 2011. Après une thèse interrogeant la vie privée à l'ère des informations numériques publiée chez Hermès-Lavoisier en 2012, « La vie privée à l'ère du numérique », elle poursuit ses recherches au sein

Identités numériques. Expressions et traçabilité

du laboratoire IRTES-RECITS (EA 7274) en s'intéressant à la mobilité et aux nouvelles technologies de l'énergie, champs qui rejoignent désormais celui des technologies numériques de l'information et de la communication.

Table des matières

Présentation générale	
Identités et liaisons numériques	9
Jean-Paul Fourmentraux	
<i>Définir et qualifier l'identité numérique.....</i>	<i>11</i>
<i>La (re)négociation des identités numériques.....</i>	<i>17</i>
 (Dé)jouer les identités numériques :	
Net art et médiactivisme	25
<i>Encadré</i>	
 L'identité à l'ère des <i>Digital Humanities</i>	33
Milad Doueïhi	
<i>Entretien avec Jean-Paul Fourmentraux</i>	
 Des techniques de soi ambivalentes.....	53
Alexandre Coutant	
<i>Les réseaux socionumériques,</i>	
<i>une apparente technique de soi.....</i>	<i>55</i>
<i>Des caractéristiques qui s'éloignent du soin de soi.....</i>	<i>57</i>
 Philosophie des sites de rencontres.....	67
Marc Parmentier	
<i>L'attrait du possible</i>	<i>68</i>
<i>Extension du domaine du plaisir.....</i>	<i>70</i>

<i>La communication par mauvaise foi.....</i>	72
<i>Une nouvelle casuistique.....</i>	74
Une figure du double numérique : l'avatar.....	81
Frank Beau	
<i>Entretien avec Oriane Deseilligny</i>	
L'identité comme stratégie relationnelle.....	97
Dominique Cardon	
<i>Encadré</i>	
Utilisation des réseaux socionumériques par les jeunes Européens	
Nouveaux résultats sur la vie privée, l'identité et les connexions sociales.....	107
Sonia Livingstone, Giovanna Mascheroni et Maria Francesca Murru	
<i>De nouvelles possibilités d'identité et de connexions sociales.....</i>	109
<i>Utilisation par les enfants des réseaux socionumériques.....</i>	111
<i>Cercles de contacts en ligne.....</i>	113
<i>Situations de communication en ligne et hors ligne.....</i>	115
<i>Vie privée et exposition de soi.....</i>	117
Géolocalisation et incertitude.....	127
Jacques Perriault	
<i>Encadré</i>	

Du signe à la trace : l'information sur mesure.....	133
Louise Merzeau	
<i>La trace, entre information et communication.....</i>	<i>134</i>
<i>Vers une nouvelle économie de l'empreinte</i>	<i>142</i>
 Authentification, identification	
et tiers de confiance.....	151
Michel Arnaud	
<i>La protection des données personnelles</i>	
<i>et ses limites.....</i>	<i>152</i>
<i>Complémentarité des intérêts des États</i>	
<i>et des multinationales.....</i>	<i>158</i>
<i>Vers une redéfinition des données personnelles</i>	<i>162</i>
<i>Les potentiels de la pseudonymisation.....</i>	<i>164</i>
 Économie de l'attention et vie privée.....	171
Emmanuel Kessous et Bénédicte Rey	
<i>Le passage d'une économie de stock</i>	
<i>à une économie de flux d'informations.....</i>	<i>172</i>
<i>Les traces ont une valeur d'usage</i>	
<i>et une valeur marchande.....</i>	<i>174</i>
<i>Deux types de contamination de la réputation.....</i>	<i>177</i>
<i>Un apprentissage dans la gestion</i>	
<i>de l'identité numérique.....</i>	<i>182</i>
 L'homme, un document comme les autres.....	187
Olivier Ertzscheid	
<i>Le contexte d'une économie sociale des documents.....</i>	<i>188</i>
<i>Vers de nouvelles documentations sociales.....</i>	<i>193</i>

Identités numériques. Expressions et traçabilité

<i>Quelles documentations identitaires ?</i>	196
<i>L'homme est un document comme les autres.</i>	199
Bibliographie sélective	205
Glossaire	207
Les auteurs	217

TITRES PARUS D'HERMÈS

1	Théorie politique et communication , coordonné par C. Lazzeri et J.-P. Chrétien-Goni	1988
2	Masses et politique , coordonné par D. Reynié	1988
3	Psychologie ordinaire et sciences cognitives , coordonné par P. Engel	1988
4	Le nouvel espace public , coordonné par D. Bregman, D. Dayan, J.-M. Ferry et D. Wolton	1989
5-6	Individus et politique , coordonné par E. Apfelbaum, J.-M. Besnier et A. Dorna	1990
7	Bertrand Russell. De la logique à la politique , coordonné par F. Clementz et A.-F. Schmid	1990
8-9	Frontières en mouvement , coordonné par D. Dayan, J.-M. Ferry, J. Sémelin, I. Veyrat-Masson, Y. Winkin et D. Wolton	1990
10	Espaces publics, traditions et communautés , coordonné par J.-M. Ferry	1992
11-12	À la recherche du public. Réception, télévision, médias , coordonné par D. Dayan	1993
13-14	Espaces publics en images , coordonné par D. Dayan et I. Veyrat-Masson	1994
15	Argumentation et rhétorique (1) , coordonné par A. Boyer et G. Vignaux	1995
16	Argumentation et rhétorique (2) , coordonné par A. Boyer et G. Vignaux	1995

Identités numériques. Expressions et traçabilité

17-18	Communication et politique , coordonné par G. Gauthier, A. Gosselin et J. Mouchon	1995
19	Voies et impasses de la démocratisation , coordonné par P. Meyer-Bisch et E. M. Swiderski	1996
20	Toutes les pratiques culturelles se valent-elles? , coordonné par J.-P. Sylvestre	1997
21	Sciences et médias , coordonné par S. de Cheveigné	1997
22	Mimesis. Imiter, représenter, circuler , coordonné par S. Ossman	1998
23-24	La cohabitation culturelle en Europe , coordonné par É. Dacheux, A. Daubenton, J.-R. Henry, P. Meyer-Bisch et D. Wolton	1999
25	Le dispositif. Entre usage et concept , coordonné par G. Jacquinot-Delaunay et L. Monnoyer-Smith	1999
26-27	www.démocratie locale.fr , coordonné par É. Maigret et L. Monnoyer-Smith	2000
28	Amérique latine. Cultures et communication , coordonné par G. Lochard et P. R. Schlesinger	2000
29	Dérision-Contestation , coordonné par A. Mercier	2001
30	Stéréotypes dans les relations Nord-Sud , coordonné par G. Boëtsch et C. Villain-Gandossi	2001
31	L'opinion publique. Perspectives anglo-saxonnes , coordonné par L. Blondiaux et D. Reynié avec la collaboration de N. La Balme	2001
32-33	La France et les Outre-mers. L'enjeu multiculturel , coordonné par T. Bambridge, J.-P. Doumenge, B. Ollivier, J. Simonin et D. Wolton	2002

34	L'espace, enjeux politiques , coordonné par I. Sourbès-Verger	2002
35	Les journalistes ont-ils encore du pouvoir? , coordonné par J.-M. Charon et A. Mercier	2003
36	Économie solidaire et démocratie , coordonné par É. Dacheux et J.-L. Laville	2003
37	L'audience. Presse, Radio, Télévision, Internet , coordonné par R. Chaniac	2003
38	Les sciences de l'information et de la communication , coordonné par Y. Jeanneret et B. Ollivier	2004
39	Critique de la raison numérique , coordonné par V. Paul et J. Perriault	2004
40	Francophonie et mondialisation , coordonné par T. Bambridge, H. Barraquand, A.-M. Laulan, G. Lochard, D. Oillo	2004
41	Psychologie sociale et communication , coordonné par B. Orfali et I. Marková	2005
42	Peuple, populaire, populisme , coordonné par P. Durand et M. Lits	2005
43	Rituels , coordonné par G. Boëtsch et C. Wulf	2005
44	Économie et communication , coordonné par J. Farchy et P. Froissart	2006
45	Fractures dans la société de la connaissance , coordonné par D. Oillo et B. Mvé-Ondo	2006
46	Événements mondiaux, regards nationaux , coordonné par J. Arquembourg, G. Lochard et A. Mercier	2006

Identités numériques. Expressions et traçabilité

47	Paroles publiques, communiquer dans la cité, coordonné par F. Massit-Folléa et C. Méadel	2007
48	Racines oubliées des sciences de la communication, coordonné par A.-M. Laulan et J. Perriault	2007
49	Traduction et mondialisation, vol. 1 coordonné par J. Nowicki et M. Oustinoff	2007
50	Communiquer – innover. Réseaux, dispositifs, territoires, coordonné par N. D’Almeida, P. Griset et S. Proulx	2008
51	L’épreuve de la diversité culturelle, coordonné par J. Nowicki, M. Oustinoff et S. Proulx	2008
52	Les guerres de mémoire dans le monde, coordonné P. Blanchard, M. Ferro et I. Veyrat-Masson	2008
53	Traçabilité et réseaux, coordonné par M. Arnaud et L. Merzeau	2009
54	La bande dessinée: art reconnu, média méconnu, coordonné par É. Dacheux, J. Dutel et S. Le Pontois	2009
55	Société civile et Internet en Chine et Asie orientale, coordonné par O. Arifon, L. Chang et É. Sautédé	2009
56	Traduction et mondialisation, vol. 2, coordonné par M. Oustinoff, J. Nowicki et A.-M. Chartier	2010
57	SCIENCES.COM, libre accès et science ouverte, coordonné par C. Méadel, J. Farchy et P. Froissart	2010
58	Les langues de bois, coordonné par J. Nowicki, M. Oustinoff et A.-M. Chartier	2010

59	Ces réseaux numériques dits sociaux , coordonné par T. Stenger et A. Coutant	2011
60	Edgar Morin, aux risques d'une pensée libre , coordonné par A. Pena Vega et S. Proutheau	2011
61	Les musées au prisme de la communication , coordonné par P. Rasse et Y. Girault	2011
62	Les jeux vidéo. Quand jouer, c'est communiquer , coordonné par J.-P. Lafrance et N. Oliveri	2012
63	Murs et frontières , coordonné par T. Paquot et M. Lussault	2012
64	Les chercheurs au cœur de l'expertise , coordonné par L. Maxim et G. Arnold	2012
65	Le monde Pacifique dans la mondialisation , coordonné par D. Barbe, R. Meltz et D. Tellier	2013
66	Classer, penser, contrôler , coordonné par S. Kovacs et V. Liquète	2013
67	Interdisciplinarité : entre discipline et indicipline , coordonné par J.-M. Besnier et J. Perriault	2013
68	L'Autre n'est pas une donnée. Altérités, corps et artefacts , coordonné par F. Renucci, S. Lepastier et B. Le Blanc	2014
69	Sexualités , coordonné par V. Schafer, E. A. Amato et F. Pailler	2014
70	Le xx^e siècle saisi par la communication, Vol. 1, Les révolutions de l'expression , coordonné par É. Letonturier et B. Valade.	2014

- 71 **Le xx^e siècle saisi par la communication,**
 Vol. 2, Ruptures et filiations, coordonné par
 É. Letonturier et B. Valade. 2015

La revue *Hermès* est accessible en ligne sur
www.cairn.info/revue-hermes-la-revue.htm
<http://irevues.inist.fr/hermes>

DANS LA MÊME COLLECTION

Francophonie et mondialisation coordonné par Anne-Marie Laulan et Didier Oillo	2008
La communication politique coordonné par Arnaud Mercier	2008
L'espace public coordonné par Éric Dacheux	2008
Les identités collectives à l'heure de la mondialisation coordonné par Bruno Ollivier	2009
Le journalisme coordonné par Arnaud Mercier	2009
L'opinion publique coordonné par Nicole D'Almeida	2009
La télévision coordonné par Guy Lochard	2009
L'audience coordonné par Régine Chaniac	2009
La réception coordonné par Cécile Méadel	2009
Les sciences de l'information et de la communication coordonné par Éric Dacheux	2009
Populaire et populisme coordonné par Marc Lits	2009
Sociétés de la connaissance, fractures et évolutions coordonné par Michel Durampart	2009

Identités numériques. Expressions et traçabilité

La cohabitation culturelle	
coordonné par Joanna Nowicki	2010
Critique de la société de l'information	
coordonné par Jean-Paul Lafrance	2010
Le rituel	
coordonné par Aurélien Yannic	2010
La mondialisation de la communication	
coordonné par Paul Rasse	2010
Médiations	
coordonné par Vincent Liquète	2010
Racines oubliées des sciences de la communication	
coordonné par Jacques Perriault	2010
La communication	
coordonné par Éric Dacheux	2010
L'argumentation	
coordonné par Nicole D'Almeida	2010
Traduction et mondialisation	
coordonné par Michaël Oustinoff	2010
La neutralité de l'internet, un enjeu de communication	
Valérie Schafer et Hervé Le Crosnier	2011
Sciences et médias	
coordonné par Sébastien Rouquette	2011
L'économie solidaire	
coordonné par Jean-Louis Laville	2011
Le marketing politique	
coordonné par Thomas Stenger	2012
Médias et opinion publique	
coordonné par Arnaud Mercier	2012
Internet et politique	
coordonné par Alexandre Coutant	2012
Les réseaux	
coordonné par Éric Letonturier	2012

La rhétorique	
coordonné par Manuel Maria Carrilho	2012
Art et science	
coordonné par Jean-Paul Fourmentraux	2012
La diversité culturelle	
coordonné par Paul Rasse	2013
Propriété intellectuelle, géopolitique et mondialisation	
Mélanie Dulong de Rosnay et Hervé Le Crosnier	2013
L'humain augmenté	
coordonné par Édouard Kleinpeter	2013
L'incommunication	
coordonné par Samuel Lepastier	2013
Les utopies	
coordonné par Éric Letonturier	2013
Bande dessinée et lien social	
coordonné par Éric Dacheux	2014
Information et communication scientifiques à l'heure du numérique	
coordonné par Valérie Shafer	2014
Politiques sécuritaires et surveillance numérique	
coordonné par Pierre-Antoine Chardel	2014
Cultures de l'information	
coordonné par Vincent Liquète	2014
Ville, architecture et communication	
coordonné par Thierry Paquot	2014
Sport et médias	
coordonné par Alexandre Obœuf	2015
Identités numériques. Expressions et traçabilité	
coordonné par Jean-Paul Fourmentraux	2015

Achevé d'imprimer en xxx
Par xxx

N° d'édition : – N° d'impression : xxx
Dépôt légal : xxx
Imprimé en xxx