

EXPRESS YOURSELF! LES PAGES PERSO

Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer

Laurence Allard et Frédéric Vandenberghe

La Découverte | Réseaux

Distribution électronique Cairn.info pour La Découverte.

© La Découverte. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

EXPRESS YOURSELF! LES PAGES PERSO

Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer

Laurence ALLARD Frédéric VANDENBERGHE

es pages personnelles, ces sites élaborés par de simples particuliers, usagers ordinaires de l'internet autour de leurs centres d'intérêt, hobbies, passions, participent de la multitude des propositions subjectives dispersées sur le réseau pour en constituer l'une des ressources premières. En tant que dispositifs de «figuration de soi » par définition singuliers, les sites personnels représentent des formes culturelles autocentrées, délimitant ce que nous nommerons une self culture ou culture sur mesure et que nous relierons à un individualisme expressif contemporain. Parmi les nombreux questionnements que suscite un tel « expressivisme ambiant », caractéristique d'une modernité tardive, nous nous interrogerons sur les modalités de validation et de reconnaissance de ces formes singulières d'expressions personnelles par d'autres que soi-même, voire de leur valorisation comme pièces originales d'une culture digitale en devenir. Ces interrogations seront développées à travers la présentation des théories de l'identité moderne et de l'espace public articulées dans la recherche allemande ou anglo-saxonne et se trouveront dépliées en deux temps. Dans un premier temps, seront examinées les principales hypothèses de théorisation sociologique de l'individualisme expressif. En prolongeant les thèses de l'identité réflexive (Beck, Giddens, Ferrara...) pour les accorder à l'expressivisme contemporain et discutant les propositions postmodernistes (Kellner, Jameson...) qui traitent l'identité comme une forme discursive et dispersive, nous prendrons en compte également les contraintes technopolitiques et marchandes influencant la recherche d'une identité cohérente telle qu'elle se donne à voir dans les bricolages esthétiques caractéristiques de la culture sur mesure à l'œuvre dans les sites personnels. Dans un second temps, nous pointerons, à partir d'un corpus de pages personnelles, dont certaines ont été récompensées au titre d'un hypothétique « 8e art », deux voies possibles de reconnaissance et de valorisation des sites de particuliers et d'amateurs, en réponse aux diagnostics néoconservateurs sur le solipsisme culturel et les impasses de l'autoconsécration (Lasch, Sennett, Chartier...). A une légitimation de type publicitaire émanant de l'association d'acteurs du pôle technopolitique et industriel des TIC, nous opposerons l'interreconnaissance des pages personnelles, suivant une logique d'authenticité réflexive, qui constitue une forme véritable de validation entre pairs sur le réseau (peer to peer). Ce faisant, on aura questionné le sens et la valeur d'un horizon culturel qui semble aujourd'hui placé sous le slogan « Express yourself¹ ».

PAGES PERSONELLES, SELF CULTURE ET INDIVIDUALISME EXPRESSIF CONTEMPORAIN

Nous traiterons, dans cette première partie, les pages personnelles dans la perspective de l'individualisme expressif à partir de deux questionnements initiaux : de quel horizon culturel participent-elles et que nous disent-elles de la production sociale contemporaine des identités ? Et parmi la multitude d'usages expressifs de l'internet², nous examinerons, à titre d'exemple, un corpus délimité de sites récompensés lors d'une manifestation, créée en 1999 à l'initiative de l'opérateur de télécommunications et premier fournisseur d'accès français à l'internet, France Télécom³ (les Nets d'or).

La culture sur mesure à l'œuvre : les pages personnelles comme bricolage esthético-identitaire

Notre hypothèse de départ consiste à interpréter les sites personnels en tant que formes d'expression de soi médiatées ou comme l'une des tentatives par lesquelles les internautes essayent de se façonner et de se construire une identité par bricolage. La page personnelle qui est censée exprimer la personnalité de son créateur semble se construire comme se construit son identité – par bricolage et assemblage, comme un bric-à-brac identitaire fait de bricolages esthétiques ordinaires. Chaque site se révèle être une production idiosyncrasique que l'internaute fabrique de façon semi-

^{1.} A l'origine des réflexions exposées dans cet article, citons notamment un premier dialogue entamé à l'occasion du colloque international Bogues 2000, UQUAM-Gricis, Montréal,

^{2.} Voir les analyses pionnières de sites personnels par BEAUDOUIN, VELKOVSKA, 1999 en termes de « présentation de soi médiatisée ». Voir également Réseaux, n° 116, « Parcours sur Internet », dirigé par Valérie Beaudouin et Christian Licoppe. La notion de « figuration de soi » est empruntée à Paul RICŒUR, 1985.

^{3.} Selon les organisateurs, il s'agit de « placer en pleine lumière » les pages personnelles, « tous les sites qui permettent aux internautes de communiquer et de partager leurs passions sur le net, ces sites « cachés dans l'ombre » et pourtant « forces vives de l'internet » en étant « informatives ou insolentes, sophistiquées ou plus discrètes, généralistes ou généreuses, pétillantes ou solidaires, souvent originales, toujours personnelles ». Voir la présentation de l'événement sur le site qui lui est dédié : www.netsdor.com

expérimentale en s'inspirant d'autres pages web et d'autres genres culturels. ainsi qu'en utilisant le matériel technique à sa disposition. Leur mode de « fabrication » s'apparente à « une esthétique du patchwork » et rappelle d'autres pratiques de personnalisation de l'offre culturelle (sampling, mix, customisation, tuning⁴). En cela, ces productions peuvent être appréhendées sous la notion de culture sur mesure, à savoir des formes culturelles fabriquées dans la réappropriation personnalisée et le détournement créatif de genres textuels et de documents divers à des fins d'expression de soi à travers ses goûts, ses passions. Au sein des pratiques digitales d'écriture de soi rencontrées dans notre corpus de référence, on peut remarquer une telle réappropriation des genres culturels (films...) et des types de documents (magazines, albums de photographies...) préexistants, ainsi que leur reconfiguration par hybridation des formes textuelles propres au web (structuration hypertextuelle des données multimédias, etc.). Le Net d'argent de l'édition 2000 (catégorie arts et culture), le site James Bond 007.net relève, par exemple, de la base de données issue d'un fan club (le Club James Bond 007⁵). Documents et informations, disponibles par ailleurs chez les collectionneurs privés, dans des articles de presse ou dans des ouvrages sur le cinéma, s'y trouvent rassemblés et mis en scène de façon variée : le style des génériques des films inspire un nouveau type de flying logo (un « 007 » tournoyant), les différents portraits des interprètes de l'agent secret sont insérés dans des cibles, tandis que l'interface de surface du site s'apparente à la maquette d'un quotidien (rubriquage, date d'édition, etc.). C'est encore le format documentaire⁶ de la presse, qui est utilisé pour agencer les photographies et notes prises lors d'un voyage au long cours sur

^{4.} Le sampling renvoie à des pratiques d'échantillonnage, c'est-à-dire de sélection de séquences musicales préexistantes, et de leur mélange, mix, par différentes techniques de home studio et de djing. Customisation et tuning se rencontrent par exemple dans les domaines de consommation de la mode ou de l'automobile (moto...). Il s'agit de personnaliser vêtements neufs et anciens ou voitures et motos en modifiant des pièces (boutons, poches...) ou en ajoutant des éléments (enjoliveurs...) pour transformer « sur mesure » des productions standard.

^{5.} Le webmaster bénévole de ce site est un commerçant vivant à Saint-Malo, âgé de quarante ans. Le site est à l'adresse suivante : http://www.jamesbond007.net

^{6.} Nous reprenons ici les catégories d'analyse des « écrits d'écran » proposées par la sémiotique multimédia de JEANNERET, 2000. Prolongeant la réflexion des historiens du livre et de la lecture, l'auteur distingue trois niveaux d'analyse des pages web et autres formes textuelles nées des dispositifs informatisés d'écriture-lecture : 1. Le support est une surface d'inscription comme espace signifiant potentiel (le papier, l'écran de verre) ; 2. Le document renvoie à une utilisation particulière du support (le livre, la page web) et 3. Le texte se définit comme ensemble de signes à interpréter inscrit sur un support et mise en forme dans un type de document (Madame Bovary, Mon cimé à moi).

le continent asiatique, Sur la route.org (Net d'or 2002 catégorie loisirs et art de vivre⁷). Enfin, deux sites réalisés par deux femmes usent d'univers graphiques contrastés. L'une propose des jeux de mathématiques et de logique (Mathématiques magiques, Prix des internautes, 2001) sur fond de chromos 1900 et d'une police de caractère évoquant des effets de plume rétro⁸ (anglaises...). Tandis que la seconde présente avec Bangali train (Net d'or 2002, Catégorie Les insolites) ses œuvres de graphiste, qui « s'inspirent de l'enfance », selon ses propres termes, avec des couleurs très vives, des graphismes comme dessinés à la main et une métaphore de navigation interactive ludique en référence à un jeu de circuit de train9.

Ce bricolage identitaire à l'œuvre dans ces autoreprésentations de soi digitalisées relève selon nous typiquement d'un individualisme expressif contemporain¹⁰. Pour commencer, soulignons que cette perspective ne conduit pas pour autant à s'inscrire dans le cadre d'approche de certaines sociologies postmodernes. Celles-ci, en effet, suggèrent de défaire le mythe d'un moi totalisant et totalitaire, car unitaire et répressif au profit d'un moi schizoïde, occasionnel et pluriel. Soutenant qu'il y autant d'identités ou de « positions de sujets » symboliques que de sujets, qui « interpellent » l'individu de tout côté, ces approches le somment de devenir ce qu'il (n') est (pas) : un sujet décentré et fragmenté, sans affects et sans profondeur, un sujet superficiel et de surface, stylé et stylisé, toujours en représentation, variable selon les occasions, sorte de pastiche et de collage¹¹. Construite et déconstruite, l'identité postmoderne

^{7.} Les auteurs sont deux informaticiens parisiens d'une trentaine d'années et spécialistes du multimédia qui ont quitté leurs emplois pour partir sur les routes d'Asie. « Au départ, on a eu l'idée de faire un site pour partager un voyage, des émotions, des rencontres, des découvertes... peut-être aussi que la récompense vient pour nous dire que ça a marché et que les gens apprécient de voyager avec nous via surlaroute.org » nous ont-ils écrit au sujet de leur récompense aux Nets d'or. http://www.surlaroute.org

^{8. «} Je réalise ce site pour mon propre plaisir et puis si je peux faire partager le goût des maths alors c'est super. J'y place ce qui motive mes élèves pendant les cours de maths » nous a expliqué l'auteur du site, qui n'a pas souhaité que soient publiées d'autres informations biographiques. http://www.perso.wanadoo.fr/therese.eveillau

^{9.} L'auteur de ces pages est une infographiste d'une trentaine d'années, formée à l'Ecole des Gobelins et aux Beaux-Arts et vivant à Paris. http://www.perso.wanadoo.fr/mariam.bangali

^{10.} A des fins d'historicisation, citons Taylor qui considère l'expressivisme, au même titre que l'intériorité et l'affirmation de la vie ordinaire, comme une des sources de l'identité moderne. Apparu au XVIIIe siècle chez les théoriciens romantiques de la nature, tels Rousseau, Herder et Goethe, l'expressivisme s'est radicalisé, démocratisé et généralisé pour devenir l'horizon indépassable de l'herméneutique contemporaine du soi. Voir TAYLOR, 1999 et TAYLOR, 1998 [1989].

^{11.} Voir JAMESON, 1991, chapitre 1.

serait évanescente, « un jeu librement choisi, une présentation théâtrale du moi, dans laquelle chacun est capable de se présenter dans une variété de rôles, d'images et d'activités » comme le formule D. Kellner¹².

Les nets d'or, une légitimation médiatico-publicitaire



12. KELLNER, 1992, p. 157-158.

Tout en reconnaissant pleinement l'ambivalence de ces mises en scène virtuelles du moi, notre hypothèse, « néomoderniste », est qu'il n'est pas nécessaire de rompre avec le modernisme pour saisir les nouvelles formes de l'identité qui sont en train de naître et s'expriment sur les pages personnelles, et cela pour deux raisons. D'abord, parce qu'elles manifestent une recherche de soi qui n'est pas réductible à une «invention de soi» hyperconstructiviste. Il se peut qu'en se cherchant, les internautes se perdent. Il n'en reste pas moins que cette recherche du soi dans le nouveau médium de l'internet trouve son sens et son origine dans une tentative de configuration narrative d'un soi cohérent plutôt qu'éclaté ou dispersif et que, quelles que soient les résultats, elle se laisse donc interpréter comme une recherche médiatisée de l'authenticité, comme nous le verrons plus loin. Le second aspect de cette hypothèse « néomoderniste » consiste à pointer comment récusant toute forme de pensée systématique, le postmodernisme est une pensée résolument antisociologique. Ainsi, si certains essayistes postmodernes ont cherché à saisir les transformations contemporaines de l'identité, ils se sont néanmoins cantonnés aux discours et ont négligé l'analyse des conditions de possibilité économique, technologique et politique de cet individualisme expressif à l'œuvre dans la self culture représentée par les pages personnelles.

Contextes de l'individualisme expressif : imaginaire technicien de la Société de l'information et mise en marché des technologies de la figuration de soi

Nul ne s'exprime dans le vide. Comme l'écrit Taylor dans son analyse du tournant expressiviste: « Pour exprimer quelque chose, il faut le rendre manifeste dans un médium donné¹³. » Le médium, en l'occurrence, c'est l'internet, et pour comprendre les formes de figuration de soi qui s'y manifestent, il est nécessaire de médiatiser le médium et de replacer l'individualisme expressif dans son contexte d'émergence. On observera ainsi comment l'identité qui s'exprime sous les formats digitaux de la page personnelle est déterminée dans sa manifestation par un contexte culturel en interaction avec les sous-systèmes de l'économie et du politique. Il apparaîtra plus précisément que «l'invention de soi digitalisée » est déjà préconfigurée en partie dans sa forme et son contenu par les technoindustriels qui vendent l'internet - avec certains politiques engagés dans l'édification d'une Société de l'information qui le vantent - comme un

^{13.} TAYLOR, 1999, p. 374.

moyen d'expression et de création personnelle pour les usagers « grand public » des TIC, tandis qu'au même moment certains analystes de la condition postmoderne l'érigent comme norme sociale dominante de la quête identitaire contemporaine.

Imaginaire français de l'internet et politiques culturelles du publicacteur : un écho aux théories de l'invention de soi

Home page, sites de webcams et autres formes d'expression personnelle des internautes ordinaires s'inventent dans un champ culturel au sein duquel la place des productions d'amateurs et leur légitimité se trouvent largement redéfinies. Depuis quelques années, se confirme le développement des usages domestiques informatiques de loisir, puisqu'un tiers des utilisateurs déclarent se servir de leur ordinateur pour pratiquer en amateur une activité artistique¹⁴. De façon plus générale, les activités artistiques amateur des français connaissent un accroissement significatif avec 47 % des français de plus de quinze ans déclarant avoir pratiqué la musique, le théâtre, la danse, les arts plastiques ou une activité d'écriture pendant leurs loisirs dès 1996¹⁵. Cette centralité de la figure de l'amateur, ce visage émergent d'un publicacteur dans le paysage artistique et culturel depuis ces dernières années, a été analysée dans différentes études commandées par le Ministère de la culture¹⁶ et se trouve clairement explicitée par le sociologue Olivier Donnat dans la conclusion de son enquête sur Les pratiques culturelles des Français. Constatant que « de plus en plus de Français, quel que soit leur âge, sont tentés d'aborder l'art par la pratique en amateur », O. Donnat émet l'hypothèse que les « pratiques amateur sont le siège de réels enjeux culturels puisque, même sans grande valeur artistique, elles sont investies de fortes aspirations en matière d'expression de soi et de recherche

^{14.} Suivant l'étude de *Développement culturel*, n° 138, «Composer sur son ordinateur. Les pratiques musicales en amateur liées à l'informatique », juin 2002, ministère de la Culture. DEP. En 1999, d'après une étude du DEP-ministère de la Culture, 22 % des utilisateurs d'ordinateurs développaient des pratiques artistiques en amateur sur leur matériel, 19 % dessinaient, 15 % traitaient du son et 6 % de l'image (*Développement culturel*, n° 130, octobre 1999, «Les pratiques informatiques domestiques », ministère de la Culture-DEP). 15. DONNAT, 1996.

^{16.} En plus de l'enquête de Olivier Donnat déjà citée ci-dessus, voir HENNION, MAISONNEUVE, GOMART, 2000. On peut lire dans la préface de ce dernier ouvrage, sous la plume du directeur du DEP-ministère de la Culture, Paul Tolila: « L'amateur d'art ne correspond plus à ce 'connaisseur' solitaire et sophistiqué. (...) Cette réalité altière a vécu, au profit d'un développement extraordinaire des pratiques culturelles en amateur (...). Les politiques publiques s'en sont émues et réservent désormais une attention particulière à ces phénomènes sociaux massifs », p. 8.

d'authenticité et, à ce titre, porteuses d'identités personnelles ou collectives¹⁷ ». Se trouve ici articulée explicitement une fonction identitaire des pratiques artistiques des amateurs, parmi lesquelles on peut compter les webpages ordinaires.

Ces analyses d'Olivier Donnat au sujet des pratiques culturelles amateur font écho en partie à la thèse de la « modernité réflexive¹⁸ » proposée par certains sociologues, que nous prolongeons ici sous certains aspects à travers la notion d'individualisme expressif. L'idée de base de la théorie de l'identité réflexive, développée par Anthony Giddens et Ulrich Beck, est que les individus seraient désormais libérés des contraintes socioculturelles, telles que celles qui ont trait à la classe, la religion ou la nation, par exemple. Depuis que les formes de vie traditionnelles ont perdu leur légitimité pseudo-naturelle, elles ne sont plus reproduites automatiquement et aveuglément. On peut toujours être croyant et même dévot comme avant, bien sûr, mais si on l'est, c'est par choix et non par convention ou par habitude. Dans la mesure où la reproduction des traditions présuppose une intervention délibérée des individus, elles deviennent optionnelles, ce qui n'est pas sans incidence pour les identités. A l'ère de la modernité tardive, certaines catégories sociales de population, auraient donc, en principe sinon de fait, la possibilité de choisir la biographie et la forme de vie qui leur conviennent le mieux, ainsi que le style de vie afférent. Avec un clin d'œil à Sartre, on pourrait dire que les individus sont forcés à être libres.

En insistant davantage que Beck sur le rôle du marché, ainsi que sur le fait que les conditions matérielles qui rendent l'individualisation possible demeurent surtout le privilège des jeunes des classes moyennes¹⁹, il faudrait donner une tournure expressiviste aux théories de Beck et de Giddens et affirmer que l'identité n'est pas seulement une question de choix, mais aussi une question d'expression et d'authenticité. C'est ce que nous ferons plus loin en proposant l'hypothèse de l'authenticité réflexive. Reprenant les remarques de Donnat, dans le contexte, socialement restreint, de l'individualisation expressive, et à l'encontre des postmodernistes, nous

^{17.} DONNAT, 1998, p. 316.

^{18.} Voir BECK [1986], 2001 et GIDDENS, 1991. En France, l'idée a été reprise par DUBET, 1994, et MARTUCELLI, 2002. Pour une présentation des théories de la modernité réflexive, voir VANDENBERGHE, 2001.

^{19.} Comme l'écrivait en marge un étudiant sur sa copie au sujet de La société du risque, « le risque, c'est pour les yuppies ».

maintiendrons par principe l'idée du soi et de la recherche de sa cohérence à travers la construction réflexive et narrative d'une identité qui se cherche dans et à travers le nouveau médium de l'internet. Reconnaître et accepter pleinement le pluralisme des styles de vie et le caractère expérimental de la recherche de soi ne signifie pas l'acceptation du postmodernisme, mais bien plutôt la reconnaissance du fait que les identités sont multiples et que nous ne pouvons désormais plus nous prononcer, à la façon des anciens, sur le contenu idéal de l'identité, mais seulement sur sa forme. C'est précisément ce qui nous autorise et nous oblige à traiter le soi comme s'il s'agissait d'une œuvre d'art.

L'hypothèse de l'individualisme expressif peut encore permettre de comprendre comment certaines politiques de socialisation à l'internet, formant l'un des éléments contextuels et contraignants de « l'invention de soi », défendent la promotion de l'amateurisme et de l'expressivisme. En effet, parmi le corpus abondant des discours d'accompagnement des NTIC, qui mettent en forme un Imaginaire mobilisant différents acteurs sociaux autour d'un projet sociétal (la Société de l'information) articulé à un projet technique (les réseaux de communication informatisés²⁰), certains textes ministériels au sujet de l'internet culturel offrent de nombreux exemples d'une rhétorique de légitimation des pratiques d'expression des usagers de l'offre technologique, notamment à travers l'accent mis sur la thématique de «l'interactivité» ou du «public-acteur». Cette hypothèse peut être documentée brièvement autour des espaces culture multimédia ou espaces publics numériques, principales réalisations de la « politique culturelle face à l'écran » initiée sous le gouvernement Jospin²¹. La mission dévolue aux animateurs de ces Espaces est de démocratiser l'accès de chacun aux technologies de l'information, de combattre « l'illectronisme » à travers notamment des projets culturels inventés, en partie, par les usagers euxmêmes. En effet, selon la prose ministérielle de l'époque, l'internet culturel

^{20.} Voir FLICHY, 2001. En ce qui concerne l'imaginaire français de l'internet, on peut citer deux exemples de textes tout à fait « édifiants » : le discours publicitaire de France Télécom résumé par le slogan « la vie.com » proposé à partir de l'an 2000 ou le *Programme d'action gouvernementale pour la société de l'information* initié dans un discours du premier ministre Lionel Jospin à l'Université de la communication, Hourtin, 1997, « Préparer l'entrée de la France dans la société de l'information ».

^{21.} Ce corpus a été constitué par le recueil des discours gouvernementaux sous Lionel Jospin (principalement ceux de l'ancienne ministre de la Culture, Catherine Trautmann, qui étaient rendus accessibles sur le site www.culture.fr) et des exemplaires de littérature grise sur les NTIC et la culture (rapports, etc.).

semblait renvover en grande partie aux formes d'expression des internautes eux-mêmes. A la question, « qu'est-ce que l'internet culturel ? », la ministre Catherine Trautmann avait répondu en son temps : « Le développement de la dimension culturelle du réseau des réseaux s'illustre de mille manières : édition en ligne, utilisation du réseau par les entreprises culturelles innovantes, par les internautes qui veulent s'exprimer et créer, connexion des établissements culturels, formation du public à ces technologies qui sont des technologies culturelles, et enfin développement des contenus²². » Dans certains rapports ministériels évaluant cette orientation «usagiste» des politiques de l'internet culturel, il nous est expliqué que « l'utilisation de l'internet permet à chacun de faire des choix, d'être actif, de réaliser un projet²³ ». Dans les dispositifs et leur discours de justification, mis en œuvre pour lutter contre la « fracture numérique », chaque membre du public semble invité à s'exprimer et, ce faisant, à contribuer à l'invention de l'internet culturel. Si la visée originelle des politiques culturelles à la française est de démocratiser la culture, dans l'espace culturel contemporain qu'elles contribuent à structurer, cette démocratisation, en ce qui concerne l'internet, se décline suivant une extension du champ d'expression et de création à toute la population. Désormais, chacun doit être un amateur, chacun peut être un artiste, tous sont invités à s'exprimer.

Mise en marché des technologies de la figuration de soi

Une seconde forme de réponse aux hypothèses postmodernes et à leur célébration d'une identité sans entraves, un second élément de contextualisation de l'individualisme expressif advient par la prise en compte, à un niveau quasi matériel, des dispositifs techniques de la « figuration de soi » que les acteurs industriels proposent aux internautes.

A travers la mise en page suivant les *frames* des logiciels-auteurs, défalquant la structuration en rubriques des écrits de presse ou la diffusion de « sitesmodèles » par les fournisseurs d'accès et serveurs d'hébergement à « mettre à ses couleurs » se trouve, de fait, engendrée une relative standardisation des formes digitales d'expression de la subjectivité. Des motifs, des images, des

^{22.} Allocution sur l'appel conjoint ministère du Territoire et de l'Environnement-ministère de la Culture et de la Communication, Bibliothèques et nouvelles technologies de l'information et de la communication, juin 1998.

^{23.} Extrait du chapitre « Une aspiration : être actif », in Observatoire d'analyse des réseaux, Atelier culture et communication, ministère de la Culture, 1998. Ce rapport traitait notamment d'expériences abritées par de futurs ECM (Friche de la Belle de Mai à Marseille, etc.).

styles graphiques ou sonores, goûtés par les auteurs, qui sont donc aussi des spectateurs passionnés, sont recyclés, reformatés et réagencés suivant leur propre talent créatif, mais cadrés par les standards de l'offre logicielle du multimédia domestique (logiciels de traitement d'image ou d'édition assistée par ordinateurs, espace-mémoire). Plus finement encore, certaines études portant sur des corpus plus vastes ont confirmé le rôle prescripteur du serveur d'hébergement dans la forme et le contenu des home page. Selon Valérie Beaudouin et Christian Licoppe : « Les pages personnelles visitées ont globalement des tonalités différentes selon leur serveur d'hébergement : le domaine, au sens de terroir, donne un style à ses habitants. Cela est à mettre en relation avec les caractéristiques de la clientèle de chaque hébergeur et/ou fournisseur d'accès, avec l'image que cherche à véhiculer l'hébergeur (campagnes de publicité, portail...) avec l'offre d'hébergement proposée, avec la manière dont sont référencées dans les annuaires les pages en question²⁴. » Si l'on considère les autoreprésentations à l'œuvre dans les pages personnelles comme des lieux de production sociale des identités personnelles, les technologies informatisées rendant possible ce travail de configuration d'une identité de réseau, constituant de fait un véritable marché pour les fournisseurs d'accès et autres techno-industriels²⁵. S'opère ainsi une mise en marché de l'expression individuelle des internautes ordinaires comme si elle constituait une niche commerciale pour les nouveaux services culturels sur mesure promus par les acteurs de l'industrie des NTIC.

^{24.} Voir l'étude menée par l'équipe réunie autour de Valérie Beaudouin et Christian Licoppe comparant, au niveau sémantique (premiers mots et pronoms personnels), un corpus de pages personnelles de Wanadoo, Free, Multimania et Chez. Voir BEAUDOUIN, LICOPPE et al., 2001, p. 50.

^{25.} A titre d'exemple, le parcours du site des Nets d'or conduit à un bandeau publicitaire, composé d'un lien sur l'offre commerciale d'accès, de communication et de services internet vendue par son organisateur. Parmi ces derniers services, est offert, compris avec l'abonnement, un espace mémoire permettant d'héberger un site personnel. Des modèles de site sont également proposés, ainsi que des banques d'images gratuites ou des dossiers divers (sons, interviews, sondages). Un lien sur la boutique des pages personnelles permet d'acheter logiciels (Frontpage, Dreamweaver...) et périphériques (webcams...). L'argumentaire commercial de l'offre à destination des particuliers créateurs de sites, « novices » ou « confirmés », insiste sur leur visibilité et leur reconnaissance grâce au recensement dans l'annuaire et la sélection mensuelle de pages « coups de cœur » (« Top 10 », « Top 5 », « Top spécial Nets d'or »).

VALIDITE DE LA CULTURE SUR MESURE

La culture sur mesure représentée par la fabrique des *home page* suivant le mode du kit esthétique personnalisé se développe donc sous un régime d'autoréférence culturelle (« mon site à moi sur moi et ce que j'aime pour moi et quelques autres »). En écho à certaines affirmations des postmodernes sur la culture, mais pour les dénoncer, Roger Chartier émet l'hypothèse que la démultiplication des échanges grâce aux réseaux de communication n'engendre pas comme allant de soi leur universalisation. Elle consisterait plutôt en une juxtaposition d'identités singulières, un réseau de communautés cloisonnées au sein desquelles des individus-auteurs-éditeurs isolés ne partageront plus aucune référence commune ni critères intersubjectifs de validation²⁶.

En interrogeant ainsi le sens et les valeurs attribuables à une culture digitale placée sous le slogan « Express yourself », on va rencontrer le diagnostic des « néoconservateurs » pour lesquels l'hypertrophie de l'expression personnelle et la mise en représentation de soi sont le signe d'un brouillage des frontières entre privé et public qui s'accompagne d'une atrophie de l'expression publique et de la représentation politique. Ces craintes, qui s'expriment depuis au moins trente ans dans des formules suggestives, telles « chute de l'homme public » (Sennett), la « foule solitaire » (Riesman), la «culture du narcissisme» (Lash) ou la «culture postascétique » (Bell), ont été formulées à l'origine sous la forme du constat dégrisé d'une mutation anthropologique²⁷. Quelle que soit la formule retenue, les auteurs semblent bien s'accorder sur ces traits communs de l'homme moderne : « auto-absorption et égocentrisme, besoin impérieux de reconnaissance et de possession se déguisant sous la forme superficielle du spectacle de l'être ensemble, dépendance de l'estime de soi de l'approbation extérieure et un affaiblissement général du contrôle moral intériorisé²⁸ ». Ainsi, suivant la version de cette hypothèse développée par Richard Sennett, la priorité accordée à l'intimité sur la publicité signifierait que les citoyens se replient sur les groupes de la sociabilité première et se désintéressent de la

^{26. «} On évoquait ces revues scientifiques qui n'ont d'existence qu'électronique : finalement, ce sont les mêmes personnes qui en sont les auteurs, les éditeurs, les diffuseurs et les lecteurs (...). Se joue donc autour de la révolution du texte électronique soit un devenir qui pourrait être – je le souhaite – l'incarnation du projet des Lumières, soit un futur fait de cloisonnements et de solipsismes. » CHARTIER, 1997.

^{27.} Voir SENNETT, 1979; RIESMAN, 1964; LASH, 2000 et BELL, 1979.

^{28.} FERRARA, 1993, p. 9.

politique. Le constat critique dressé depuis cette perspective « néoconservatrice » se laisse clairement énoncer : l'expressivisme est un privatisme. Dans cette perspective, les webpages des internautes relèveraient d'une privatisation de l'espace public, d'une virtualisation solipsiste du monde. Par conséquent, la question de l'attribution de valeurs à des pages personnelles, en dehors de la voie solipsiste de l'autoconsécration, deviendrait caduque puisqu'on ne peut plus penser en termes d'espace public, d'un espace où les œuvres peuvent apparaître aux yeux de tous, un espace qui « empêche les individus de se noyer dans leur propre moi²⁹ ».

Sous cette problématique d'un horizon culturel digital constitué par de telles formes culturelles idiosynchrasiques, qui semblent remettre en cause la possibilité d'une culture rendue commune dans un espace public, se pose alors la question de leur prétention à la reconnaissance intersubjective. Comment échapper en effet au particularisme de l'expression idiosyncrasique de la personne à travers sa page personnelle? Comment penser ensemble la singularité de l'expression factuelle de la personne et l'universalité potentielle de sa page personnelle? Ou, pour reprendre les termes de Georg Simmel, comment penser quelque chose comme une « loi individuelle », comme une prescription contraignante qui vaudrait pour chacun, mais s'appliquerait de façon différente à chaque cas individuel³⁰?

Tentons de nourrir conceptuellement et empiriquement ce questionnement en rendant compte de deux registres contrastés de reconnaissance et de valorisation échappant au particularisme du règne de l'autoconsécration culturelle, au solispsisme et au privatisme auxquels fait allusion Roger Chartier, registres qui consistent, d'une part, en une légitimation d'ordre médiatico-publicitaire et, d'autre part, en une logique d'authenticité réflexive, mode de reconnaissance peer to peer des formes culturelles nées du réseau dans le contexte de l'individualisme expressif.

Un exemple de légitimation médiatico-publicitaire

Parmi les voies observables de reconnaissance des pages personnelles par d'autres que soi-même, arrêtons-nous sur la manifestation des Nets d'or dont l'activité publicitairement affichée consiste à élire des «œuvres » au sein de

^{29.} SENNETT, 1979, p. 260.

^{30.} Voir VANDENBERGHE, 2000.

cette masse de propositions subjectives et à les reconnaître comme des formes culturelles authentiques du réseau³¹. Cette manifestation organisée par les industries technoculturelles, à la croisée de l'audiovisuel, de l'informatique et les télécommunication et indépendamment de l'échec de la stratégie de convergence intégrale entre ces secteurs, est intéressante à prendre en compte car, avec les Nets d'or, du point de vue des organisateurs, il s'agit de distinguer les « textes » d'« auteurs » – usagers de l'internet, au titre d'un hypothétique « 8° » art (comme on pouvait le lire sur l'affiche de présentation de la manifestation).

A la recherche du 8e art

Sans entrer ici dans le détail d'une étude de terrain exhaustive, nous avons voulu avant tout restituer la logique interne de ce qui s'affichait comme une entreprise de consécration de l'expression de soi digitalisée. Il semble notamment intéressant de dégager les critères de valorisation artistique de telles pages personnelles promues par les techno-industriels des TIC. En fait, dans le cadre de ce concours, les productions personnelles des internautes sont classées suivant quatre ou cinq catégories variables selon les années : « arts et culture », « loisirs et art de vivre », « sciences et technologies », « sports » et « les insolites ». Il est demandé aux jurys régionaux et nationaux de noter les pages retenues selon cinq critères : « rapidité d'accès », « richesse du contenu », « facilité de navigation », « originalité du site », « esthétique et graphisme ». On remarquera que les critères de sélection et reconnaissance distinguent des dimensions techniques, ergonomiques, documentaires mais aussi esthétiques proprement dites. Censés incarner l'idée d'un « 8e art », ces critères endogènes d'élection des pages personnelles reconduisent - naïvement - la grammaire de l'esthétique avec des notions comme «l'originalité». A l'ère de la reproductibilité numérique, au sujet de productions d'amateurs, se trouve artificiellement reconduite une conception singularisante de l'œuvre, sur laquelle a été fondée conceptuellement l'esthétique³², ainsi que la logique de différenciation esthétique (« l'art de l'internet »), qui a institué l'art comme domaine autonome, comme « salon de beauté des civilisations occidentales où est mise en quarantaine l'expérience esthétique³³ ». Il faut cependant

^{31.} Notamment en produisant un système de classement à travers un « Top spécial Net d'or » accessible sur le portail du fournisseur d'accès en question.

^{32.} Voir BENJAMIN, 1936.

^{33.} DEWEY [1934], 1987, p.11-12. Pour une exemplification de l'« esthétique ordinaire » des pratiques amateur, voir ALLARD, 1994.

rappeler que les industries de la culture historiques (disque, cinéma...) ont maintenu ces critères dans leur stratégie d'équilibre entre standardisation des productions et innovation esthétique et leur quête de rentabilisation de biens culturels par définition singuliers. Pour reprendre les termes de Boltanski et Thevenot³⁴, la logique industrielle marchande se greffe sur la logique de l'inspiration, puisque tout en poursuivant une stratégie d'accumulation, l'industrie culturelle doit donner néanmoins l'impression qu'il s'agit de culture, voire même d'art.

Les Nets d'or : organisation matérielle et brefs récits de concours

« Vous qui avez tant donné dans vos pages perso sur l'internet, apprenez à recevoir. En mars 2000, le 8^e art récompense vos passions. » Tel était le slogan de la manifestation 2000, parue dans la presse magazine, présentant un montage photographique où l'on pouvait voir, dans un décor de simili cérémonie des Oscar ou des César, une jeune femme blonde en tenure de soirée aux bords des larmes, la tête humblement baissée, portant un trophée dorée entre ses bras. En arrièreplan de la scène sur un écran géant était projetée la home page du site censé être récompensé (titrée de façon caricaturale « Mon ciné à moi »). Matériellement, la sélection à ce concours s'opère en deux temps : au niveau régional par un jury comprenant cinq membres, journalistes, webmasters et salariés de FT, désigné dans chacune des directions régionales de la société puis par une pré-sélection parmi les finalistes effectuée en externe par une société multimédia. Le jury national rassemble des personnalités du sport, du journalisme (presse magazine ou spécialisée informatique), de la télévision ou de la littérature. A ces Nets d'or par catégories, s'ajoute un Prix des internautes. Aux heureux netdorisés sont attribués trophées dorés, matériels informatiques (logiciels de montage, d'animation...) et bandeaux publicitaires sur les sites du fournisseur d'accès. Tandis que pour le Prix des Internautes sont offerts des voyages. Pour indication, les partenaires de la manifestation étaient en 2001 et 2002 : Kodak, NRJ, Voila, Alapage.com, Pages jaunes, Compaq, Palais de la découverte, Sésam, Pinnacle systems, Micro-Applications, Partirpascher.com.

A la question de savoir comment et pourquoi ils avaient proposé leur site à l'examen et s'étaient prêtés au jeu du concours, les participants interrogés insistent sur la qualité de « professionnels » des jurés :

« En réalité mon inscription aux Nets d'or a été faite au dernier moment sur le conseil d'un collègue... simplement pour voir ce qu'il valait auprès des professionnels et internautes : le site avait à peine 4 mois... Je ne savais vraiment pas ce qu'étaient les Nets d'or. En réalité, je surfais très peu. » (Mathématiques magiques)

^{34.} BOLTANSKI, THEVENOT, 1991.

« Plutôt de voir ce que des professionnels penseraient de notre site, et si celui ci émergerait de la masse de sites persos proposés à cette occasion. Et effectivement, on s'est aussi dit que ça pourrait aussi faire connaître le site (ce qui a effectivement été le cas). Essentiellement grâce au portail W. qui a fait pour l'occasion une page spéciale de présentation des lauréats des Nets d'or. » (Sur la route.org).

Deux autres concepteurs évoquent une fonction de ratification publique de leurs travaux par des professionnels issus de l'édition ou du multimédia qu'ils assimilent plus précisément à des experts :

- « Plutôt le désir de connaître l'avis, l'opinion de 'professionnels', d'internautes avertis : avoir une fenêtre sur le monde, je pense que c'est ce que recherchent beaucoup de créatifs, d'artistes. » (Bangali Train, Net d'or 2002, catégorie Les insolites)
- « Une reconnaissance auprès d'acteurs liés directement au sujet du site (éditeur, partenaires, production...) » (*Jamesbond007.net*, Net d'Argent 2001, Arts et culture).

Ce concours donne lieu à une cérémonie de récompense télévisée (La Cinq) dont la scénographie semble directement inspirée de célèbres manifestations télévisées couronnant films ou pièces de théâtre de l'année (Oscar, César, Molière...). Voici comment l'une des gagnantes décrit la cérémonie qui eut lieu en 2001 :

« Il v a d'abord eu une réunion avec les lauréats régionaux dans la ville de X, puis une à Paris pour les gagnants nationaux. Elle a réuni les lauréats finalistes et de nombreux journalistes au Palais de la Découverte. C'était impressionnant : spectacle remise des récompenses et buffet... Il y a d'abord eu la remise des six Nets d'or nationaux (un par catégorie : voyages, sport, arts...), puis a été annoncé le résultat du vote des internautes pour le Prix des Internautes. En fait le service presse de FT était venu filmer à domicile chacun des six lauréats. On nous a laissé croire que nous étions seulement nominés parmi une cinquantaine d'autres. En fait les six gagnants étaient déjà connus et nous étions les seuls visités bien sûr. Les petits films sont passés dans la soirée sur grand écran un peu sur le modèle des César... amusant mais déroutant ! A la soirée étaient présents Michel Bon de FT et d'autres dont i'ai oublié le nom. » Elle poursuit ainsi son récit de cette séance de récompense qui propose de fait la « mise en spectacle » des expressions personnelles sur une scène médiatique : « Pour les remises de prix, il y avait par exemple un champion de rugby anglais, Irène Frain romancière était aussi présente ; o) drôle de cocktail. Je n'ai pas mémorisé tous les noms... Certains sont venus me parler : des journalistes (par exemple une rédactrice de Elle, Figaro magazine, Science et Vie Junior... de journaux informatiques), l'animateur de l'excellente émission 'C'est pas sorcier', les différentes chaînes de télé: FR3 local, France 2, La 5... des radios : NRJ, France Info... En fait je venais de sortir du travail, j'ai d'ailleurs failli rater le train et je suis reparti dans la nuit encore sous l'étonnement! Tout de même c'était une expérience intéressante et enrichissante! Cette soirée est passée paraît-il sur La 5 mais non averti je ne l'ai pas vue ni enregistrée... dommage! »

Une logique publicitaire

Comme l'explicitent les internautes récompensés³⁵, la validation publique de leurs travaux personnels d'amateurs par des « pros » du monde médiatique élargi aux TIC, semble avoir guidée leur inscription à ce prix. Cette configuration n'est pas sans rappeler les concours destinés aux amateurs pour la chanson ou le cinéma. Mais sérieusement, le premier opérateur de téléphonie et fournisseur d'accès à l'internet français cherche-t-il ici à organiser un simple radio-crochet? Dans le cas de cette manifestation de récompense de pages personnelles, « cocktail » entre milieux de l'édition et de la presse, des médias audiovisuels réunis sous les nouveaux auspices des industriels des télécommunications pour fabriquer ensemble des « célébrités d'un soir » (ce qui se vend le mieux à la télévision) reprenant leur train dès la nuit tombée, suivant le récit de l'un des participants³⁶, on est bel et bien en présence d'une campagne de publicité pour le secteur hautement compétitif et avantageux des nouvelles technologies d'information et de communication, le tout étant présenté et se présentant sous la forme d'un spectacle culturel de valorisation artistique des pages personnelles de quelques internautes inspirés. Avec la mise en marché des technologies de la figuration de soi, où tout abonné est légitiment invité à devenir auteur-éditeur d'un site dont il établit son propre modèle esthétique à partir des normes de l'offre logicielle, la culture sur mesure semble en effet le produit idéal d'une logique publicitaire de reconnaissance, telle qu'elle se manifeste par exemple dans les Nets d'or.

Pour poursuivre l'analyse, il faudrait désormais actualiser les propositions de l'Ecole de Francfort sur l'industrie culturelle par leur inversion, car de nos jours ce n'est pas tant la culture qui est industrialisée que l'industrie qui s'est culturalisée. Poursuivant une stratégie d'accumulation flexible postfordiste, l'économie contemporaine ne fabrique plus guère de produits; désormais elle produit des signes et des objets sémiotiques, des marques et des emballages, et vend de la culture³⁷. Investissant toujours plus dans la présentation des marchandises, produisant non plus en masse mais sur mesure, l'industrie postfordiste se rapproche de plus en plus des industries de la culture. Contrairement à ce qu'ont pu suggérer Adorno et Horkheimer, l'industrie culturelle n'a jamais été conçue sur le modèle de l'industrie automobile, produisant des « copies conformes » à la chaîne³⁸. Maintenant que toutes les

^{35.} Voir encadré.

^{36.} Voir encadré.

^{37.} Voir HARVEY, 1989 : LASH, URRY, 1994.

^{38.} ADORNO, HORKHEIMER, 1943.

industries investissent dans la culture, on s'apercoit que l'industrie culturelle des années 1940 et 1950 fut déjà postfordiste avant la lettre. Les industries postfordistes contemporaines produisent des marchandises hautement différenciées et vendent de la culture sur mesure, permettant dès lors à chacun de se distinguer des autres en achetant des produits qui fonctionnent comme des marqueurs d'identité si ce n'est de distinction³⁹. Pour écouler ses produits, l'industrie doit donc les esthétiser, en donnant l'impression qu'il s'agit de culture et non pas de business. Les Nets d'or illustrent cette stratégie de sublimation qui esthétise l'économique. La représentation médiatique de la présentation digitale de soi, qui intervient par exemple avec la cérémonie de récompense, ne transforme pas seulement le business en show business, mais les industries culturelles utilisent encore le show business pour vendre à tout un chacun le matériel nécessaire à « performer » efficacement le self comme un soi unique et incomparable. De ce point de vue, il n'est guère étonnant que ce que Jeremy Rifkin a constaté à propos de la tendance générale à théâtraliser et à commercialiser la représentation de soi qui caractérise la nouvelle culture du capitalisme vaut aussi et davantage pour le monde digital. Surfant sur la vague de l'expressivisme contemporain, les industriels se tiennent prêts à fournir à tout un chacun le matériel nécessaire pour se bricoler une identité virtuelle. On comprend que le complexe industriel-médiatique « installe la communication au cœur de l'agir humain, redéfinit l'identité personnelle en termes relationnels, transforme l'expérience elle-même en représentation théâtrale et la propriété en un outil symbolique qui permet aux individus d'incarner leurs multiples rôles en fonction des réseaux au sein desquels ils évoluent, chacun d'entre eux représentant un aspect différent de leur trajectoire existentielle40 ».

Il pourrait nous être objecté que les internautes trouvent tout autant leurs intérêts que les industriels dans cette instrumentalisation de la présentation digitale de soi. D'une part, cela ne signifie pas pour autant que ces intérêts

^{39.} Contrairement aux affirmations des critiques de la culture de masse, il faut insister à ce propos que la marchandisation ne conduit nullement vers l'homogénéisation. Bien au contraire, la culture marchande de nos jours est hétérogène, diversifiée et fragmentée et l'industrie traque de près les évolutions de la culture populaire, y compris celles de la contre-culture dans son rejet militant de la société de consommation, pour s'en inspirer et se présenter comme « cool » en se parant d'une aura de rébellion. Voir les enquêtes de la journaliste KLEIN, 2001.
40. RIFKIN, 2000, p. 280.

soient identiques⁴¹. Mais, d'autre part, peut-on envisager d'autres voies de valorisation non instrumentalisantes, d'autres logiques de reconnaissance de ces travaux personnels que celle exemplifiée par les Nets d'Or relevant d'une légitimation médiatico-technopublicitaire, et ce en dehors de l'impasse constituée par la voie solipsiste de l'autoconsécration ?

Interreconnaissance de la culture sur mesure : publicisations digitales et authenticité réflexive

En restant sensible, à la fois contre les anciens « néoconservateurs » et les nouveaux postmodernes, à la foncière ambivalence de cet individualisme expressif et de la culture sur mesure qu'il produit, nous voudrions cependant montrer que les webpages ne relèvent pas simplement d'une privatisation de l'espace public, ni d'une mise en scène d'un moi schizoïde ou d'une virtualisation solipsiste du monde. Alors même et précisément parce que nous partageons le souci des anciens « conservateurs » concernant la privatisation de l'espace public et de l'importance d'une culture commune, nous voudrions cependant suggérer une autre lecture de l'expressivisme contemporain plus optimiste, en termes d'authenticité réflexive. Ce que nous proposons est une version esthétisante et communautaire plutôt que cognitiviste et autocentrée de l'individualisme réflexif des thèses de l'identité réflexive de Beck et de Giddens. Outre le fait que cette reformulation des thèses de l'identité réflexive permet de déplacer l'accent des sciences vers les médias, elle nous apparaît également davantage adéquate pour analyser la recherche de la reconnaissance par les pairs d'un « soi figuré » que nous avons pu constater sur le terrain.

Formes de publicisation digitales

Une première réponse à l'hypothèse privatiste, formulée plus haut, consiste à reformuler le concept même d'espace public au profit de la notion de « publicisation ». Cette problématique de la publicisation peut être évoquée sans contradiction au sujet de pratiques développées, qui plus est le plus souvent au sein de la sphère privée, si l'on redéfinit, suivant les perspectives ouvertes par

^{41.} Comme le suggère cette remarque d'un des auteurs de sites récompensés (Sur la route.org): « Et puis pour dire la vérité, l'intérêt des nets d'or, c'était aussi qu il y avait des portables à gagner, ce qui pourra toujours servir de retour en France. »

Louis Quéré⁴², tout espace public du point de vue de ses formes pratiques de constitution et d'accomplissement, comme arène des « configurations réciproques des termes de la relation dans l'interaction avec les autres et avec le monde » et non plus comme représentation concrète et unitaire.

Différentes modalités de publicisation digitales sont alors observables à travers le corpus des pages « netdorisées ».

D'une part, une page personnelle se trouve reliée de façon formalisée ou non (réseaux de liens actifs) à d'autres pages, à d'autres collectifs en lignes de lecteurs-auteurs ou d'autres groupes hors réseau et circulant dans d'autres espaces sociaux. Ainsi, base de données d'un club de fans, le site sur James Bond redéploie sur le réseau des formes de sociabilité générées dans ces « communautés de goût » rassemblant *in praesentia* des hommes et des femmes par le partage intersubjectif d'un goût commun. Il exhibe d'ailleurs les ressources mêmes de ces liens de sociabilité esthétique (érudition autour de la filmographie, fétichisme des photos dédicacées, affiches rares, etc.).

D'autre part, la «figuration de soi », qui se réalise à travers la page web, l'« identité narrative » qui s'y configure⁴³ est aussi une « identité de liens⁴⁴ », qui demande à être interprétée, validée et reconnue par les internautes « visiteurs ». On repère de nombreuses traces paratextuelles de ratifications publiques de cette « identité d'écran » dans les pages étudiées : liens vers une adresse de courriel, possibilité de laisser des commentaires dans un livre d'or, compteurs avec le nombre de visites, etc.

Certains de ces commentaires sont parfois cités, en exergue, dans la home page, comme ici pour l'un des sites primés en 2001, où s'affiche une validation

^{42.} Dans une perspective ethnométhodologique, Louis Quéré redéfinit et « respécifie » ainsi l'espace public comme forme et événement, comme « cadre toujours donné et néanmoins à recomposer à nouveaux frais dans chaque situation, dans lequel les actions et les paroles, les événements et les personnes, les situations et les relations acquièrent, en tant que réalités phénoménales, leur intelligibilité et leur objectivité », QUERE, 1994, p. 87-88. Voir également QUERE, 1991, 1995.

^{43.} La notion « d'identité narrative » vient rendre compte que « le soi ne se connaît pas immédiatement, mais seulement indirectement par le détour des signes culturels de toutes sortes » écrit RICŒUR, 1988, p. 304. Par exemple : « L'histoire d'une vie ne cesse d'être refigurée par toutes les histoires véridiques ou fictives qu'un sujet raconte sur lui-même. Cette refiguration fait de la vie elle-même un tissu d'histoires racontées. » RICŒUR, 1985, p. 356. 44. Suivant les propositions de BEAUDOUIN, VELKOSKA, 1999, p. 149 : « L'identité qui se construit dans la page personnelle est une identité de liens, vers les sujets, thèmes et amis. »

intersubjective de type esthétique, un jugement (« magnifique ») articulant une qualité perçue dans la relation qu'a nouée un internaute avec ce site personnel :

Votre site est magnifique! Tout est basé sur la logique... Je me suis bien amusée.... Et dès demain, je vais y retourner! Merci pour le bon temps, passé sur votre site, avec mon âme d'enfant. J'y retournerai très vite...

Publicisation et reconnaissance

Dans cette dernière citation où se trouve publiée une évaluation esthétique de la page personnelle par un simple visiteur, la reconnaissance par les pairs semble constituer, pour les participants, la première récompense, en lieu et place d'un quelconque Net d'or comme l'explicitent encore ces deux témoignages:

Mais la vraie récompense qu'on a eu en ouvrant le site, ca a d'abord été toutes les visites et puis tous les mails qu'on a commencé à recevoir : des gens qui nous encourageaient, d'autres qui nous demandaient des infos. Ou encore, cette petite fille qui nous demandait comment vivaient les petits enfants tibétains. (Net d'or 2002, loisirs et art de vivre)

« Le Net d'or 2000, plus haute récompense de l'internet, a été décerné à ce sujet. Je tiens à remercier le jury. Au-delà de mon insignifiante personne et son naturel narcissisme, ce sont quelques photos superbes, inédites et publiées pour la première fois, qu'il récompense ».

(Net d'or 2000, arts et culture⁴⁵)

Les propos de l'auteur de cette dernière page illustrent parfaitement - en la déniant - la jonction entre la publicisation (« les photos superbes ») et la logique de reconnaissance (« l'insignifiante personne »), dans le contexte de l'individualisme expressif. La publicisation est la mise en commun de l'objet. L'objet mis en commun et publiquement validé reflète la personne

^{45.} Il s'agissait d'un site intitulé malicieusement Erotisme catholique présentant des photos de la vie intime d'un couple espagnol trouvées dans une brocante.

« comme un miroir dans lequel son être rayonne » (Marx). A travers l'objectivation de l'expression subjective et la reconnaissance publique de la page personnelle comme un page exemplaire et réussie, c'est en fait le sujet lui-même qui est validé dans sa singularité. Alors que la personne est reconnue comme artiste, c'est en fin de compte la vie elle-même qui est traitée et jugée comme une œuvre d'art.

Grâce à cette reconnaissance de la page personnelle comme œuvre d'art, l'identité particulière est publiquement, mais indirectement reconnue dans sa singularité. Intervenant entre la particularité et l'universalité, cette quête de validation passe par la publicisation et la mise en commun de la page personnelle qui, transformant l'idion en koinon, valide indirectement l'identité particulière et la reconnaît dans sa singularité comme une identité exemplaire. Cet arrière-plan social-identitaire permet d'expliquer à la fois la logique de publicisation que les internautes poursuivent dans leur lutte pour la reconnaissance dont la page personnelle est le théâtre, ainsi que les tentatives médiatico-publicitaires, pour se greffer sur ces logiques endogènes en les détournant de leur but identitaire. Car après tout, si la représentation médiatique et la mise en spectacle de la présentation de soi sont choisies comme stratégies publicitaires efficaces, n'est-ce pas parce que chacun recherche la reconnaissance publique de sa singularité par le biais de sa page personnelle?

Une reconnaissance peer to peer : l'authenticité réflexive

Dans ce moment de la modernité réflexive et en insistant sur l'asymétrie toujours vécue des conditions sociales d'existence, dans la mesure où la recherche du moi est désormais inséparable de l'invention de soi, l'expression du moi est une opération risquée. Confrontés à une pluralité de styles de vie qui s'exhibent dans les médias et sur l'internet, les individus doivent produire, bricoler et façonner leur identité en expérimentant comme s'il s'agissait d'une page personnelle et cela en se modelant de façon plus ou moins consciente sur d'autres home pages. Il suffit de les observer pour se rendre compte que l'identité personnelle n'est pas une simple copie, mais que la mise en forme et la mise en scène de soi, à travers leurs pages personnelles (les photos superbes, l'originalité de la mise en page, etc.), présuppose beaucoup d'imagination, ainsi qu'une bonne dose de créativité. Contrairement à ce que pensent les postmodernes, une telle recherche effrénée de soi ne signifie nullement que le moi soit devenu faible ou inexistant, mais bien plutôt que, en l'absence de modèles d'identité prescrites, la recherche du soi relève de l'invention et de la création. Le constructeur d'une home page a beau croire que son identité est tout aussi authentique, unique et originale que sa page personnelle, en l'absence de modèles conventionnels universellement acceptés, il éprouve le besoin de soumettre l'expression de sa personnalité à l'approbation d'autrui. Que la personnalisation et la publicisation aillent de pair s'explique ainsi par le fait que la personnalisation passe par la publicisation, si ce n'est par l'universalisation virtuelle. Dans une perspective plus philosophique, cette alliance de personnalisme et d'universalisme, caractéristique de la tendance contemporaine d'individualisation réflexive, peut être comprise avec le philosophe social italien Alessandro Ferrara en termes d'authenticité réflexive⁴⁶. Transposant le modèle de jugement esthétique que Kant a développé, comme on sait, dans sa Critique de la faculté de juger, au domaine de la philosophie morale, cet ancien élève d'Habermas a introduit la notion d'authenticité réflexive comme une sorte de compromis entre l'universalisme des anciens et la compréhension pluraliste et contextualiste de la « bonne vie » des (post)modernes. En jugeant un cas individuel en termes d'exemplarité, l'expressivité s'allie à la normativité et la singularité est reconnue dans sa généralité comme un modèle digne d'admiration. Dans la perspective d'une telle éthique esthétique, l'individu est jugé comme une œuvre d'art⁴⁷.

En se façonnant une image personnalisée de soi qu'il expose sur sa page personnelle l'individu émet donc une prétention à l'authenticité. Il dit à tout le monde qui veut l'entendre ou le voir qu'il est un individu unique et original et qu'il veut être jugé en tant que tel, donc comme s'il était une œuvre d'art. En tant que prétention à la validité expressive, l'authenticité est une prétention quasi artistique, soumise non pas à un « jugement déterminant », mais à un « jugement réfléchissant », « où seul le cas particulier est donné et il faut lui trouver un universel » pour parler comme Kant. Appliqué à l'identité réflexive de l'individu qui s'exprime sur sa page personnelle, le jugement réfléchissant évalue la prétention à l'authenticité en examinant si la page personnelle exprime de façon exemplaire la personnalité de l'auteur, donc si elle exprime une identité qui mérite l'admiration virtuelle de tous. Se trouverait ainsi réalisé l'un des derniers vœux de Foucault : « Ce qui m'étonne, c'est que dans notre société, l'art n'ait plus de rapport qu'avec les objets, et non pas avec les

^{46.} FERRARA, 1999.

^{47.} Comme le dit si bien Luigi Pareyson, le maître à penser d'Umberto Eco : « L'œuvre d'art n'a pas d'autre loi que sa propre loi. L'œuvre d'art est individuelle dans sa singularité même : la règle ne vaut que pour un seul cas, mais c'est précisément en ceci qu'elle est universelle, dans le sens où c'est la seule et unique loi qui doit être suivie en la faisant. » Voir FERRARA, 1999, p. 68.

individus ou avec la vie; et aussi que l'art soit un domaine spécialisé, le domaine des experts que sont les artistes. Mais la vie de tout individu ne pourrait-elle pas être une œuvre d'art? Pourquoi un tableau et une maison sont-ils des objets d'art, mais pas notre vie⁴⁸? »

Conclusion : tensions et dynamiques de la validation de la culture sur mesure

En étudiant ces différents modes d'attribution de sens et de valeur à la figuration de soi médiatisée sur l'internet, nous avons montré comment la logique expressiviste des internautes pouvait être traduite en une logique publicitaire et la reconnaissance publique détournée de la personne et des pages personnelles qu'ils recherchent. Nous avons également traité la reconnaissance de la page personnelle par les pairs comme index de validation et indice d'universalisation contrefactuelle de l'œuvre et, à travers elle, de la personne qui a assemblé et bricolé sa page personnelle et qui, ce faisant, a exprimé et mis en scène de façon singulière sa subjectivité. La page web médiatise l'identité personnelle de son auteur qui se cherche, se réalise et s'expose aux autres en exposant son œuvre dans l'espace public digital. Etant donné que la recherche de soi passe par les autres qui consultent sa page web, le soi trouve sa réalisation médiatée et sa reconnaissance ultime dans la reconnaissance publique de son expression médiatisée. Ont été ainsi pointées, en tension avec le registre publicitaire, des modalités alternatives de validation et de valorisation de textes expressifs par et entre usagers ordinaires de l'internet. L'émergence de nouveaux dispositifs de textualisation du soi que représentent les weblog49, ces sites personnels de seconde génération vient manifester le dynamisme de cette logique de reconnaissance de peer to peer. Il reste ainsi à prolonger l'hypothèse de l'authenticité réflexive au sujet de ces journaux non pas «intimes» mais «extimes», qui incluent désormais les traces de la lecture d'Autrui dans le corps du texte même et sont développés à partir d'un logiciel d'autopublication, introduisant la problématique de la gratuité dans le marché des technologies de la figuration de soi.

^{48.} FOUCAULT, 1998, p. 617.

^{49.} Weblog, joueb ou blog désignent des pages personnelles développées à l'origine à partir d'un logiciel d'autopublication, qui a été utilisé pour des créer des tribunes d'opinion mais aussi pour diffuser des informations scientifiques ou encore à la façon d'un journal intime. Ils se présentent donc comme des journaux avec des textes personnels ordonnés chronologiquement auxquels le lecteur peut réagir en postant des commentaires et proposent des liens hypertextes vers d'autres sites, d'autres weblog de la « blogosphère » liés aux thèmes abordés et informations délivrées.

REFERENCES -

ADORNO T.W., HORKHEIMER M. [1944] (1974), «La production industrielle des biens culturels », *Dialectique de la raison*, Gallimard.

ALLARD L. (1994), « Dire la réception. Culture de masse, expérience esthétique et communication », *Réseaux*, n° 68, *Les théories de la réception*.

ALLARD L. (1999), «L'amateur, une figure de la modernité esthétique» et « Espace public et sociabilité esthétique », *Communications*, n° 68, *Le cinéma en amateur*, Le Seuil.

BEAUDOUIN V., VELKOSKA J. (1999), «Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) » Réseaux, n° 99, Internet. Un nouveau mode de communication?

BEAUDOUIN V., LICOPPE C. (2001), «Tyweb: décrire la toile pour mieux comprendre les parcours», *Actes du colloque e-usages*, ICUST, France Télécom-Adéra. Paris.

BECK U. (2001), La société du risque, Aubier.

BELL D. [1976] (1979), Les contradictions culturelles du capitalisme, PUF.

BENJAMIN [1936] (1971), «L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique », *Poésie et révolution*, Denöel.

BOLTANSKI L., THEVENOT L. (1991), De la justification. Les économies de la grandeur, Gallimard.

BOLTANSKI L., CHIAPELLO E. (1999), Le nouvel esprit du capitalisme, Gallimard.

CHARTIER R. (1997), Le livre en révolutions, Textuel, Paris.

DEWEY J., [1934] (1987), Art as experience. Late works of John Dewey, vol. 10, Indiana University Press.

DONNAT O. (1994), Les Français face à la culture. Entre découverte et éclectisme, La Découverte.

DONNAT O. (1996), Les amateurs. Enquête sur les activités artistiques des Français, La Documentation Française.

DONNAT O. (1998), Les pratiques culturelles des Français. Enquête 1997, La Documentation Française.

DUBET F. (1994), Sociologie de l'expérience, Le Seuil.

FERRARA A. (1993), Modernity and Authenticity, Suny, Albany.

FERRARA A. (1999), Reflective authenticity. Rethinking the Project of Modernity, Routledge, Londres.

FLICHY P. (2001), L'imaginaire d'Internet, La Découverte.

FOUCAULT M. (1988), « A propos de la généalogie de l'éthique », Dits et écrits, p. 609-632, 1954-1988, vol. 4, Gallimard.

GIDDENS A. (1991), Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age, Polity Press, Cambridge.

HARVEY D. (1989), The Condition of Postmodernity: An enquiry into the Origins of Cultural Change, Oxford, Blackwell.

HENNION A., MAISONNEUVE S., GOMART E. (2000), Figures de l'amateur. Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui, La Documentation Française.

JAMESON F. (1991), Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism, Verso, Londres.

JEANNERET Y. (2000), Y'a t'il vraiment des technologies de l'information?, Presses Universitaires du Septentrion.

KELLNER D. (1992), "Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities", in Lash S. et Friedman J. (sous la direction de), Modernity and Identity, Blackwell, Oxford.

KLEIN N. (2001), No Logo, La Découverte.

LASCH C. [1978] (2000), Le complexe de Narcisse. La nouvelle sensibilité américaine, Paris, Laffont, 1981, réédité sous le titre La culture du narcissisme, préface de J.C. Michéa, Climats.

LASH S., URRY J. (1994), Economies of Signs and Space, London, Sage.

MARTUCELLI D. (2002), Grammaires de l'individu, Gallimard.

QUERE L. (1992), «L'espace public : de la théorie politique à la métathéorie sociologique », in Quaderni, nº 18, Les espaces publics.

QUERE L. (1991), « D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique », Réseaux, n° 46-47.

QUERE L. (1995), «L'espace public comme forme et comme événement» in Prendre place. Espace public et culture dramatique, sous la direction d'Isaac Joseph, ed. Recherches, Plan Urbain, Colloque de Cerisy.

RAY L., SAYER A. (sous la direction de) (1999), Culture and Economy after the Cultural Turn, London, Sage.

RIESMAN D. [1964] (1964), La foule solitaire, Arthaud, (préface d'Edgar Morin).

RIFKIN B. (2000), L'âge de l'accès, La Découverte.

SCHAEFFER J.M. (1992), L'âge de l'art moderne. L'esthétique et la philosophie de l'art du XVIIIe siècle à nos jours. Gallimard.

SENNETT R. (1979), Les tyrannies de l'intimité, Le Seuil.

RICŒUR P. (1988), « L'identité narrative », Esprit, spécial P. Ricœur, n° 140-141.

RICŒUR P. (1985), Temps et Récit III, Le Seuil.

RICŒUR P. (1990), Soi-même comme un autre, Le Seuil.

TAYLOR C. (1999), Le malaise de la modernité, Cerf.

TAYLOR C. [1989] (1998), Les sources du moi. La formation de l'identité moderne, Le Seuil.

VANDENBERGHE F. (2000), «La loi individuelle. Une éthique nietzschéobergsonienne », Simmel Studies, 10, 2, p. 169-178.

VANDENBERGHE F. (2001), «Introduction à la sociologie (cosmo)politique d'Ulrich Beck », Revue du MAUSS, 17, 1.

Ouvrages collectifs

Développement culturel, n° 130, octobre 1999, «Les pratiques informatiques domestiques », ministère de la Culture-DEP.

Développement culturel, n° 138, juin 2002, «Composer sur son ordinateur. Les pratiques musicales en amateur liées à l'informatique », ministère de la Culture-DEP.