

Sociologie du numérique

Internet et usages sociaux du numérique

Margot Artur
Licence 3 - Semestre 1
marie.trespeuch@sorbonne-universite.fr
M. Trespeuch
Clef moodle : NumL3-20

Présentation : On entend par Internet un réseau de serveurs et de clients connectés, dont le web n'est qu'une des applications possibles d'Internet (une autre étant, par exemple, la messagerie électronique). Quelles ont été les modifications occasionnées par le développement d'Internet sur les différentes institutions (école, famille, Église, État...), sur la politique, sur les médias....? Internet a profondément modifié les manières d'enseigner, de communiquer, de s'informer, de consommer. Dominique Boullier parle de « **pervasivité** » **du numérique** (Boullier, 2016). **Tout les aspects de nos vies** (assurances, prévision d'élections, calories consommées par un footing, domotique) — même les aspects les plus intimes (vie amoureuse, sites de rencontres) — apparaissent désormais calculables. Cette extension du domaine du numérique pose un certain nombre de questions, notamment autour de la vie privée, de la surveillance, de l'usage (« l'addiction ») aux écrans, les fakes-news, Cambridge Analytica, ou encore la panique morale autour des jeux-vidéos (qui « rendraient violent »).

Introduction générale

I. Une petite histoire du numérique

La logique algorithmique et sa matérialité. Les premières machines à calculer apparaissent dès le **XVII^e** siècle, et évoluent notamment avec le système binaire de cartes perforées au **XIX^e**, avec la machine d'Hollerith. Il s'agit d'**algorithmes**, qui permettent le traitement d'un très grand nombre d'énoncés en se fondant sur un codage binaire des données (0,1). « Le coeur du numérique consiste à rendre matériel et exploitable techniquement tout type de problème logique, et par là, toute question opérationnelle dans tous les domaines et toute question de connaissance en général » (Boullier, p. 32). Les **matérialités** sur lesquelles le numérique se fonde ont beaucoup **évolué** — et se sont **miniaturisées, sont devenues plus rapides et plus puissantes**. Pour comprendre internet et ses enjeux sociologiques, il est nécessaire de saisir son histoire.

La technique, un domaine longtemps délaissé par la sociologie. Elle est, dans un premier temps, un « **embarras** » : Durkheim et ses contemporains renvoient à l'anthropologie le traitement des techniques (*c.f. L'Année sociologique*). Il s'intéresse à la modernité, à ses effets sur les liens sociaux, sur l'urbanisation, au fait religieux. Les techniques sont bonnes à étudier dans les sociétés « primitives », pas dans les sociétés occidentales — alors même que les technologies modifient profondément la vie sociale à l'époque (télégraphe, chemin de fer, machine à vapeur, routes). Ce **désintérêt est durable** : O. Martin note une très faible occurrence des termes « techniques », « technologie », « objet » et « matérialité » entre 1985 et 2005. Beuscart établit le même constat en 2014. Ce désintérêt se manifeste par la relégation de sociologue des TIC dans des laboratoires spécialisés, et est notamment causé par une difficulté à traduire des résultats spécifiques en enjeux pour la sociologie générale.

II. Introduction à Internet et à sa sociologie

De quoi parle-t-on ? « Internet est le réseau informatique mondial accessible au public. C'est un réseau de réseaux, à commutations de paquets, sans centre névralgique, composé de millions de réseaux aussi bien publics que privés, universitaires, commerciaux et gouvernementaux, eux-même regroupe en réseaux autonomes (il y en avait plus de 91000 en 2019 » (selon Wikipédia). Le mot est dérivé du concept d'*internetting* (« connexion de réseaux »).

Dates clefs (à retenir) :

1967-1969 ; Arpanet (premier réseau internet qui naît au sein de l'armée américaine)

1970-1990 : de l'Arpanet à l'Internet (démocratisation et diffusion d'Internet)

1990s : Apparition du Web

2000s : Web 2.0 (débat sur l'apparition du web 3.0 ?)

Internet, un réseau à la croisée de trois-mondes. En tant que sociologues des sciences et des techniques, il est nécessaire de prendre en compte les contextes socio-politiques, socio-économiques et culturels qui encadrent et permettent l'innovation technique. Il n'y a **pas de fatalité technologique** (internet ne « devait pas » arriver) ou de saga triomphante d'entrepreneurs individuels et géniaux, selon Boullier. Plutôt, il nous faut reconstituer les visions et les valeurs des concepteurs et comprendre comment elles s'inscrivent dans les techniques (Flichy¹, 2001).

(a) L'armée. Arpanet est un des premiers réseaux communiquant distribué de paquet de données. Il naît en 1969 à des fins de défense et de stratégie — dans le cadre de la politique de dissuasion américaine, en période de **guerre froide**. Elle permet d'**éviter la centralisation** des informations qui rendent la communication fragile et vulnérable en cas d'attaque. Dès les années **1980**, s'opère une **libération du code**. L'usage d'internet est néanmoins réservé à une niche d'utilisateurs-amateurs.

(b) Les universités et les campus. Dès lors, les usages militaires (Milnet) et de R&D (Arpanet) se séparent et les universités deviennent acteurs du numérique. Apparaissent des protocoles de communication choisis, dont TCP (*Transmission Control Protocol*) depuis 1973, et IP depuis 1978. **TCP-IP** devient **public** au début des années 1980 et se propage rapidement. En France, elle est concurrencée par le minitel (télématique). Les étudiants de ces universités réclament la **libération de la parole et mettent en avant une équité de la justice** (pour les femmes, les homosexuels, etc...), luttent contre la guerre du Vietnam. Si certains critiquent internet qu'ils associent à l'armée, au contrôle et la surveillance, tandis que d'autres mettent au centre de leurs

¹ Flichy, L'Imaginaire d'Internet, 2001

revendications l'accès à Internet comme maillon de la lutte². Certains d'entre eux sont des « hackers ». L'**éthique hacker** irrigue donc le début d'Internet : tout un chacun devrait pouvoir accéder à l'informatique, l'information devrait être libre, il faut se méfier de l'autorité et promouvoir la décentralisation, les hackers devraient être jugés pour ce qu'ils font, et non selon de faux critères (diplômes, statut social, genre, âge), il est possible de créer de la beauté et d'arriver à une forme d'épanouissement personnel à partir de l'informatique. Stewart Brandt, publie entre 1968 et 1972 un catalogue américain de contre-culture intitulé le *Whole Earth Catalog*, qui préfigure l'esprit d'internet.

(c) Des hackers aux hippies : aux sources de l'utopie numérique. Les années 1980 marquent une **période de contestation** de l'autorité étatique, militaire, patriarcale. Dès les années 1965, certains (hippies) partent expérimenter des modes de vie alternatifs, hors de la société de consommation, dans des **communautés retranchées**. Certains, déçus, cherchent alors à faire en ligne ce qu'ils n'ont pas pu faire dans les communautés hippies. Ainsi, « **The Well** », première communauté virtuelle en ligne, est créée en 1985. Néanmoins, l'idéal de mixité sociale est contrebalancée par les usages effectifs d'internet (usager moyen blanc, mâle et californiens).

III. Naissance du Web (1990).

Rappelons que le **Web** (Worldwide web) est une des principales applications d'Internet, mais n'en n'est pas la seule. **Tim Berners-Lee** et **Robert Cailliau** sont les inventeurs du Worldwide web, avec le principe de l'**URL**. Surtout, ils libèrent le code, ce qui permet à tout un chacun de se connecter — le web sort du monde des informaticiens. Ce réseau permet de connecter des ressources, indexées par une URL. Ce système de l'**hypertext** permet de donner accès à un nombre d'informations très important. À ses débuts, ce système est comparé à une bibliothèque (néanmoins, une bibliothèque est ordonnée et indexée, ce qui n'est pas le cas sur le web). Apparaissent alors des **annuaires** (Yahoo), des **navigateurs** (Netscape). Des moteurs de recherche comme Google vont permettre de mettre de l'ordre dans cette profusion de liens. Néanmoins, le web est principalement le **fait d'institution étatiques ou para-étatiques**, et il n'y a pas encore possibilité pour les individus d'avoir une page personnelle.

Le tournant du « web 2.0 » s'effectue dans les années **2000** (la notion date de **2003** et est popularisée en 2007). On développe alors la simplicité et l'interactivité qui augmente les sociabilités en ligne. C'est la naissance du **web social**, qui facilite tout les phénomènes de participation en ligne. Il existe **trois grandes promesses d'Internet** (Beuscart et al., 2016) — la promesse d'une **société virtuelle**, une **citoyenneté renouvelée**, un **nouveau gisement financier** par la vente de biens immatériels.

² Lévy, L'éthique des hackers, (date)

Da la sociologie des usages d'Internet. L'informatisation et la révolution numérique (v.s. analogique) modifient nos manières de communiquer. Se développent alors les sciences de l'information et de la communication (« Infocom » ou **TIC**) et la **sociologie des usages** d'Internet. La sociologie d'Internet est au croisement des **études de communication** (Breton et Proulx, 2002), la **sociologie et histoire de l'innovation** (Flichy, 2001), la **sociologie des médias** (Maigret, 2005), mais surtout la **sociologie des usages** (des technologies) (Jouët, 2000), qui s'institutionnalise notamment dans les années 1980 au **CNET**. La problématique de l'**autonomie sociale** irrigue ces études — et la sociologie montre effectivement que les individus s'approprient les techniques pour des fins d'accomplissement dans le travail ou d'accomplissement. Une des grandes questions autour de la sociologie d'internet : comment produire des analyses stables quand les objets passent si vite ?

Si les outils technologiques passent, mais les questionnements perdurent : de quelle manière les dispositifs techniques cadrent-ils les usages ? Comment les utilisateurs se les approprient-ils ? Comment nos sociabilités évoluent-elles avec les technologies ? Les technologies sont-elles un levier d'**émancipation, de participation** (citoyenne) ou bien le vecteur d'**aliénation**, d'exploitation ? L'articulation entre la compréhension des dispositifs socio-techniques et les analyses d'usages (les pratiques) sont au coeur de la sociologie du numérique. On parlera d'Internet plutôt que de TIC. Ce dernier termes restreint et circonscrit excessivement les matérialités et les transformations qui ont été induites par le numérique (Dagiral et Martin) — elles ont transformé le rapport à la santé, à la sexualité, à la politique, etc...

Chapitre 1 - Identités et vie privée à l'heure numérique

Autour des années 2000, l'exposition de soi grandissante entraîne une **panique morale**, notamment à propos de jeunes adolescent-es. Elle entraîne une porosité plus importante entre vie privée réelle et vie virtuelle. Elle soulève un certain nombre d'**enjeux démocratiques**, notamment par rapport à la **surveillance** et le **tracking** par les États. Le « paradoxe de la vie privée » désigne l'exposition croissante sur les réseaux par les acteurs, et l'inquiétude croissante due à celle-ci. Les individus sont-ils plus impudiques — les normes sociales ont-elles évolué ? Comment les internautes s'approprient-ils les interfaces pour se présenter en ligne ?

Une transformation des normes d'exposition de soi sur le web ? Sherry Turkle publie *Life on the screen* en 1995. Elle s'intéresse au lien entre identités hors-lignes (« réelles ») et identités en ligne. Les individus « performant » leurs identités en ligne — et celles-ci peuvent être scindées, fortement différenciées selon les espaces. « Aujourd'hui, la vie sur les écrans dramatique et concrétise une série de tendances culturelles qui nous encouragent à penser l'identité en termes de multiplicité et de flexibilité » (Turkle, 1999). Cette possibilité de **représentation de soi** est une **potentialité permanente**, rendue possible par l'**anonymat**. Comment les dispositifs techniques cadrent-ils nos façons de nous exposer ?

(a) Des pages personnelles aux blogs. À partir du milieu des années 1990, les fournisseurs d'accès à Internet permettent à tout individu désireux de le faire de créer une page personnelle. Il existe également des **pages familiales**. Carmagnat, Deville et Mardon³ parlent de « vitrine idéalisante », qui met en scène les valeurs familiales (le plus souvent tenues par un homme) et qui occulte les conflits. Les sites personnels valorisent souvent des **passions** de manière originale⁴. Les identités de passionnés et de fans sont mises en ligne, et **cadrées** notamment par le système de **forums**.

(b) Les blogs : l'exposition de soi comme une technique relationnelle. Ils émergent dans les années 2003-2004. Il s'agit d'un point de jonction entre les **pratiques d'auto-publication** en ligne et les **pratiques de communication**. (définir blog cf Paldacci). Paldacci étudie les diaristes à partir d'une analyse textuelle de plus de 100 blogs. Ils pointent les normes de lectures qui définissent le pacte de lecture (partage de valeurs communes, publics extérieur et inatteignable : lecture *sympathique*, que l'on côtoie pas des conversations électroniques) (Paldacci, 2003). Ces valeurs projetées du public. Flückiger étudie le cas des collégiens et note qu'ils objectivent sur le web (via le blogroll) leur réseau social objectif, en échangeant avec leurs groupes de pairs. Cardon et

³ Carmagnat, Deville et Mardon. « Une vitrine idéalisante : les usages des sites familiaux », 2004, *Réseaux*, n°123, p. 175-203.

⁴ Licoppe et Beaudouin. « La construction électronique du social : les sites personnels XXXX

Delaunay-Téterel proposent, en 2006, une typologie des formats de blogs. La production de soi en ligne est une technique relationnelle.

Les réseaux sociaux : la fin de la pudeur ? Avec l'arrivée des réseaux sociaux, arrive l'inquiétude d'un **déballage généralisé de l'intime sur l'espace public**. L'espace n'est **plus segmenté** et ne réponds plus à une logique spécifique de technique relationnelles (militante, artistique, d'amateurs, etc...). Le lancement de diverses plateformes contenant des fonctionnalités « **sociales** » au début des années 2000 (Friendster en 2002, MySpace, Facebook, Twitter...). En 2005, 61% des utilisateurs de Facebook et 55% des membres de Friendster se rendent visibles à tous. En 2008, 69% des photos sur Flickr sont publiques. Ce mouvement parallèle **d'exposition croissante et d'inquiétude croissante** quant à cette exposition est un **paradoxe** qu'il est nécessaire d'analyser (le « paradoxe de la vie privée »).

(a) Une évolution des normes sociales ? Si on suit l'interview de Mark Zuckerberg (c.f. diapo ou téléphone), il s'agit d'une simple **évolution des normes sociales** vers une plus grande évolution. F. Granjon⁵ étudie l'évolution de l'exposition de soi sur les réseaux sociaux selon le couple pudeur/impudeur. Il s'appuie notamment sur les travaux de Norbert Elias. Dans *La Civilisation des mœurs*, il montre en quoi des normes de bienséance s'imposent progressivement à la cour (on ne sert plus d'animaux morts entières sur la table...). Cette **sociogénèse** des normes de **pudeur et de l'auto-contrôle** montre que l'élévation du **seuil du sensibilité**, si elle se développe au sein de couches dominantes des sociétés, se diffusent largement. Dès que les normes de bienséance sont bien incorporées dans la société, elles permettent un **relâchement ponctuel** (puisqu'elles sont bien établies). Des **décontrôles** sont possibles (cf citation d'Elias). Granjon prolonge les travaux d'Elias. Pour lui, on a atteint un nouveau stade de la civilisation, les individus ont intériorisé ces normes d'auto-contraintes et des normes de contention de soi, ils sont plus réflexifs — il n'y a plus besoin d'exprimer un jugement moral systématique face au décontrôle. Il note une banalisation des formes d'exposition de soi dans les médias sociaux (parfois déviantes) qui aboutissent à une multiplication des sollicitations. Mais tous sont à la fois en position de **surveillance latérale** (idée de surveillance latérale/généralisée (*many to many*) et **surveillé**. Les individus adoptent donc une position de « **tolérance indifférente** ».

« Cette tolérance indifférente (...) permettrait notamment de se dégager de la pression normative des nouvelles (CITATION SLIDES).

Les frontières de la **transgression sont repoussées**, on est donc contraints de « **forcer le trait** » pour attirer l'attention. Ses conclusions, qui peuvent paraître éthérées, mais s'appuient notamment sur un certain nombre d'études, dont *Sociogeek*.

⁵ Du (dé)contrôle de l'exposition de soi sur les sites des réseaux.

(b) **Une enquête sur la pudeur : Sociogeek, 2008.** Cette enquête collective de la FING entend **dépasser le « paradoxe de la vie privée »**. Ils posent l'hypothèse que l'exposition sur les réseaux sociaux n'est pas un renoncement au contrôle mais plutôt une façon stratégique de gérer et s'agir sur les autres en montrant ou en masquant certains traits de son identité ? Le protocole d'enquête s'appuie sur un « jeu » (pas d'extraction de données) en ligne divisé en 2 parties (1) les modes d'exposition, (2) les différentes formes d'exposition conduisent-elles à des comportements relationnels spécifiques.

Le premier jeu est mené à partir d'**images** (car c'est un vecteur clef du Web 2.0, elle permet une interprétation immédiate et plus souple que celle du langage, et elle permet de rendre l'enquête ludique). Les photos sont récupérées sur Flickr, elles sont publiques. Elles se situent dans une **gradation** de plus en plus nu/saoul, de plus en plus kitsch/**ridicule**. Dans la **seconde partie**, il propose aux interrogés de **choisir un ami** en fonction de leur réponses aux différences rubriques de leurs profils sur un site relationnel de type Facebook, Myspace, etc... Répétés 3 fois.

Quelques résultats : sur le premier jeu, on compte 11000 participants. Sur l'exposition de soi ou la pudeur, la pudeur moyenne tourne souvent autour de 2 (2,22/4). Seulement 7,6% de l'échantillon a une note d'impudeur supérieur à 2. L'exposition de soi réponds plus à une **exposition stratégique** qui vise à une **mise en valeur** — on montre peu de photos en situation de tristesse, plus de situations euphoriques. On se contre de plus en plus en situation de décontrôle — mais on contrôle son image par la publication, on **contrôle son décontrôle**.

Granjon insiste sur la nécessité de ne pas avoir une vision uniformisante de l'exposition. La **classe sociale et le genre jouent** sur les moyens d'expositions (*c.f. trash culture* plus adoptée par les hommes de classe populaire). L'hypothèse selon laquelle les classes populaires socialisent avec gens d'autres milieux sociaux est également rejetée. Néanmoins, c'est toujours la loi de **l'homogamie** qui l'emporte. Il existe une **homophilie plus forte des classes moyennes et supérieures**. Cette **homophilie augmente avec l'âge**, les plus jeunes sont les plus ouverts. Les femmes sont plus réticentes sont plus réticences à se fonder sur des critères précis et attachent plus d'importance à des critères narratifs, les plus **jeunes** sont très attentifs à l'**homogénéité de l'âge** de leur groupe d'amis, les catégories socio-professionnelles supérieures sont attentives à l'homogamie. On est donc loin de la promesse d'un web socialisation au delà des classes sociales. Pour se faire des amis, il faut se faire connaître, il faut consentir à sacrifier une partie de la vie privée, afin d'attirer des connexions. Elles renvoient à une gestion particulière du capital social (numérique) (Casili, 2010).

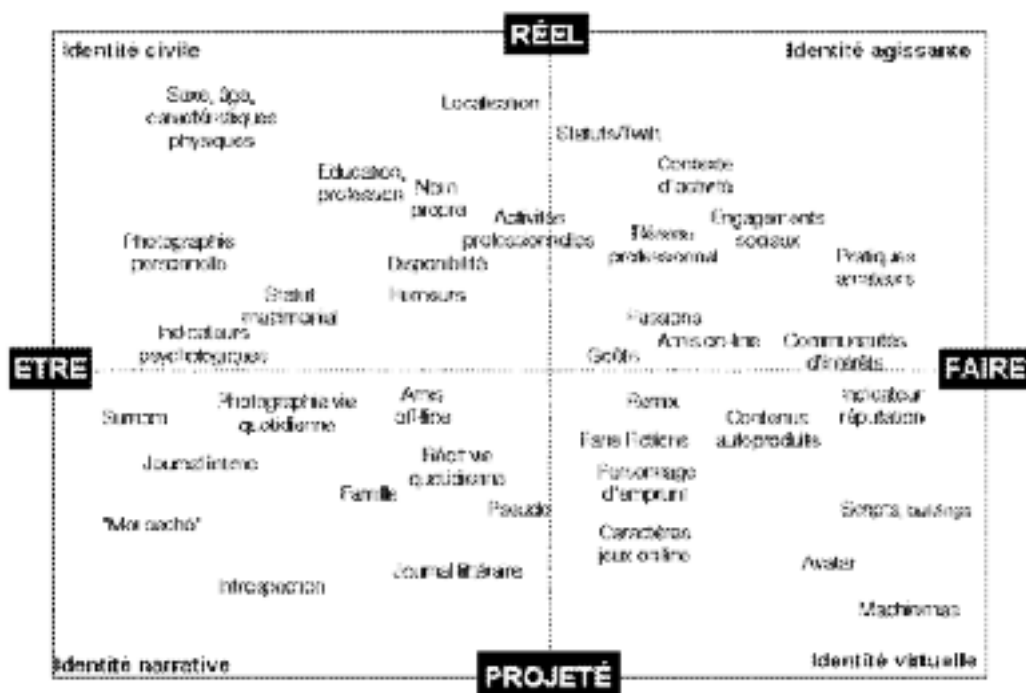
Conclusion de l'enquête. L'hypothèse est vérifiée : l'**identité numérique** est bien un **signal relationnel, plus qu'une information**, et les réseaux sociaux ne sont pas aussi publics que les médias traditionnels. En conséquence, il faut revoir à nouveau frais ce que soit être la régulation des

données personnelles sur les réseaux sociaux. Cette enquête a un certain nombre de **limites**, 74% des répondants sont des hommes, dont la moyenne d'âge est de 28 ans. L'échantillon est **jeune, masculin**, il a tourné par viralité. Est-ce que le jeu revient à leur pratiques réelles (possibilité de falsifier l'enquête en répondant comme un *troll*) ? Questions également sur le choix des échelles de pudeur. L'enquête, publiée en 2008, est **datée**. Voir enquêtes complémentaires sur doc/tel.

Jeux identitaires sur le web 2.0. Retour sur les **théories de l'identité** en sociologie générale. Claude Dubar, en 200x, revient sur la distinction « **identité pour autrui** » (ou sociale), qui est la somme des appartenances objectives des individus, et « **identité pour soi** » (ou revendiquée), qui se rapporte à la façon dont l'individu exprime ce qu'il est. Elles peuvent être **plus ou moins distinctes**. Cardon, dans « Le design de la visibilité » insiste sur la nécessité d'étudier comment **les interface influent** sur la présentation de soi.

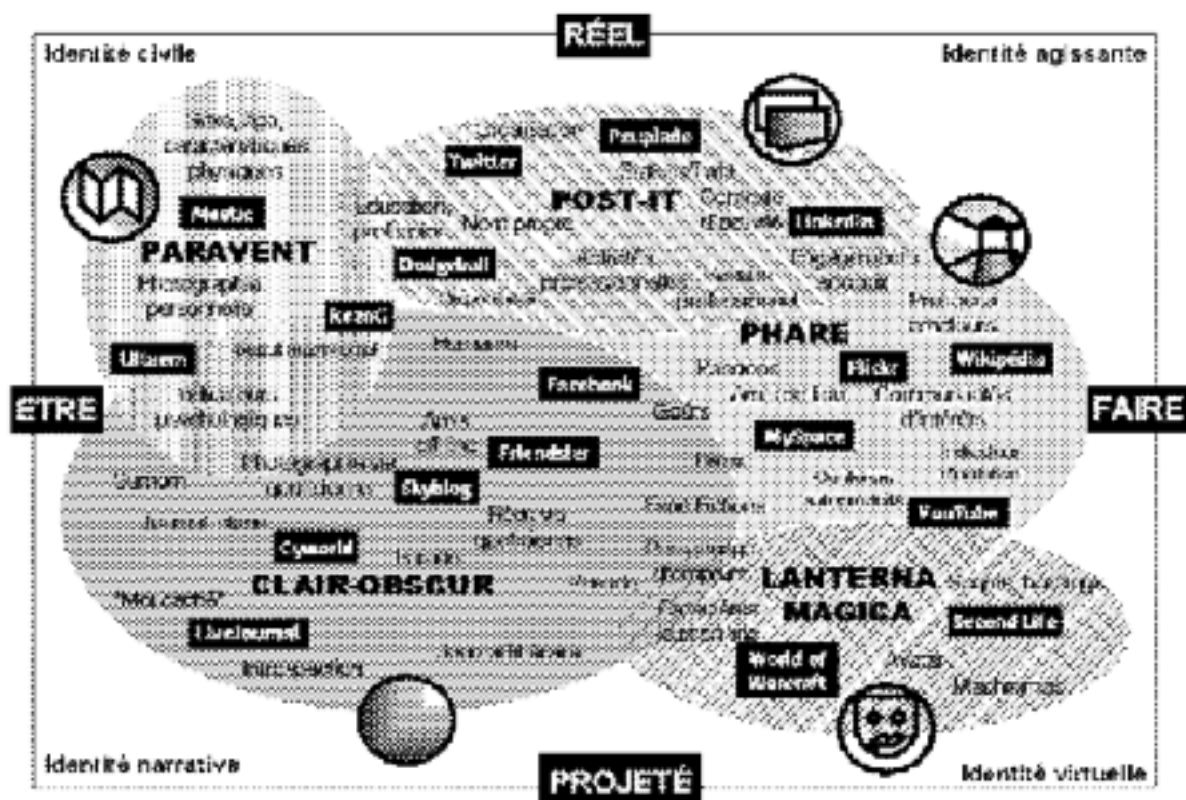
- « Il serait hâtif de conclure à l'indistinction du privé et du public et au développement d'un exhibitionnisme généralisé et sans règle (...). Il est utile de décomposer les différents traits qu'un individu peut être amené à rendre public sur les plateformes relationnelles. Le design de l'identité dans les espaces numériques présente en effet un caractère beaucoup plus stratégique que la « gestion de la face » ou le « management des impressions » dont nous faisons montre dans les interactions face-à-face (Goffman, 1973). » (Cardon, 2008).

Carte 1. Cartographie des traits identitaires projetés vers les plateformes du web 2.0



- « La présentation de soi sur le web articule étroitement les instructions des interfaces d'enregistrement et les calculs que font les utilisateurs pour produire la meilleure impression d'eux-mêmes » (Cardon, 2008).

Carte 2. Typologie de la visibilité de l'identité sur les plateformes du web 2.0



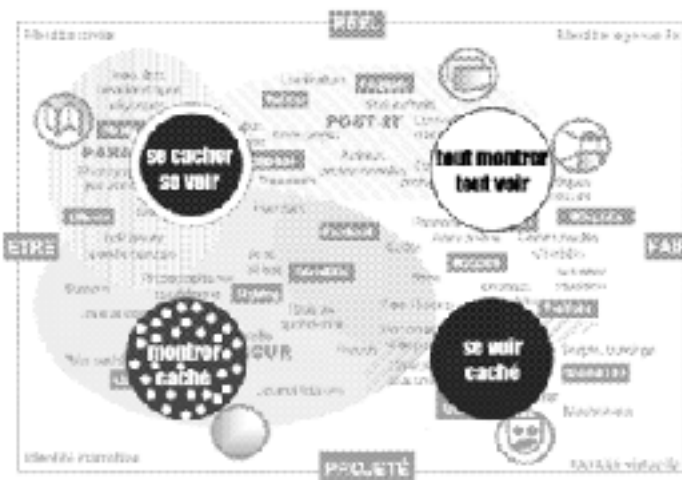
L'identité en ligne rappelle **2 dimensions** selon Cardon, dans *Le design de la visibilité*. La première est celle des **identités multiples**, d'une variété des facettes, la seconde étant celle de la **visibilité variables/regardeurs**. En réalité, il s'agit de deux processus distincts : le processus de **subjectivation** (ce qui nous caractérise, nos activités, nos engagements, de l'être au faire, variables incorporées ou pratiques) et le processus de **simulation** (langage réflexif de la distance à soi ; possibilité de projeter une identité numérique qui s'éloigne de celle de notre vie quotidienne « réelle »).

Il distingue 3 métaphores de la visibilité sur les RSN. Le « **paravent** », sur lequel les personnes pourront dissimuler les traits de leur identité civiles en se masquant derrière de multiples critères qui ne les révéleront qu'auprès d'individus choisis (Adopte un mec, etc...) Le « **clair-obscur** » : sur ces plateformes, la visibilité des personnes est relative : claire pour les proches, en pénombre pour

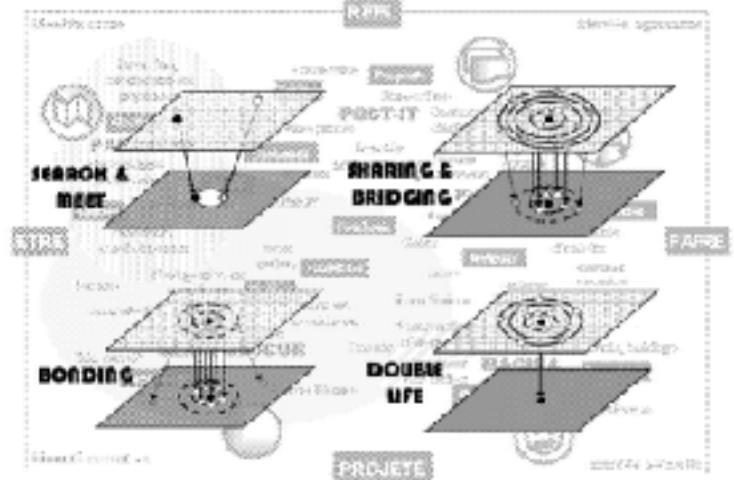
les autres (Facebook en privé). L'utilisateur peut, plus ou moins, en contrôler l'étendue. Le « **phare** », circulation par halo, rencontre du web social et des phénomènes d'auto-production (YouTube, Dailymotion, Vimeo). Ajoute « post-it » et « lanterna magica », qu'il abandonne dans des ouvrages suivants.

L'identité numérique est une « coproduction où se rencontrent les stratégies des plateformes et les tactiques des utilisateurs : le design des interfaces relationnelles exerce un **effet performatif** sur la manière d'habiller les identités » (Cardon, 2008). Les individus sont donc **réflexifs**, ne sont pas n'importe quoi.

Carte 3. Visibilité/invisibilité



Carte 4. Monde réel/monde numérique



Le rôle des plateformes dans le débat sur la vie privée. Le droit à la vie privée correspond à l'idée selon laquelle les personnes doivent être protégées d'intrusion dans des données personnelles (« left alone »). Elle recoupe des enjeux juridique et politiques nouveaux à l'heure des réseaux sociaux.

(a) **Le droit des données personnelles.** Le lien entre vie privée et numérique recoupe un certain nombre de débats **éthiques et juridiques** sur la **collecte, le stockage et l'utilisation** des données personnelles par des tiers (états, entreprises marchandes). Une donnée personnelle est définie comme « toute **information** se rapportant à une **personne physique identifiée ou identifiable** » (CNIL). Cela se rapporte à une identification directement (nom, prénom...) ou indirectement (par un numéro client, un numéro de téléphone, une donnée biométrique, des éléments propres à une identité physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou sociale, mais aussi la voix ou l'image).

Historiquement, la question de la vie privée est étroitement liée à la protection de l'individu

contre l'État, puis contre l'**intrusion marchande** dans l'intimité des personnes. Le droit de la **privacy** est régulé par la loi française de **1978** « informatiques et liberté », ainsi que la loi européenne **RGPD** (règlement général sur la protection des données) entrée en vigueur en **2018**. La France est un des premiers pays à se doter d'une loi garantissant la bonne utilisation des données personnelles : « l'informatique doit être au service de chaque citoyen. Son développement doit s'opérer dans le cadre de la coopération internationale. Elle ne doit porter atteinte ni à l'identité humaine, ni aux droits de l'homme, ni à la vie privée, ni aux libertés individuelles ou publiques » [Barraud de Lagerie et Kessous, 2014]. On est alors dans l'après projet **SAFARI (1974)** qui avait pour but de recouper des données et d'identifier les personnes selon leur numéro de Sécurité Sociale, pour éviter la fraude fiscale, qui a été vivement contestée. Création de la CNIL et d'une obligation de déclaration ou de validation des fichiers informatiques comportant des données personnelles. Depuis le **25 mai 2018**, la loi européenne RGPD implique de nouvelles obligations pour les applications/sites collectant des données personnelles (**bandeau demandant le consentement** des usagers, justification du stockage des données, assurance que les données servent bien l'objectif prévu), et des amendes conséquentes en cas de manquement.

(b) Les paramètres de confidentialité. Si l'on suit le discours de Zuckerberg, ces changements suivent une simple évolution des **normes** sociales, que les **plateformes accompagnent** — ils sont moins regardants face à la vie privée. Selon Jarvis « L'obsession de la vie privée ? », 2011, évoque l'**ère de la publicness** et transparence du réseau. « Le point de vue que je souhaite défendre est le suivant : à être obsédés par la vie privée, nous risquons de passer à côté d'opportunités de connexions. Nous vivons à l'ère des liens ».

Néanmoins, nous savons que le rapport à la confidentialité est plus **complexe**. Mobilisons Casilli pour rappeler que les **plateformes induisent** également ces changements normatifs : « Plus inquiétante encore que le repérage (x) ou la fouille systématique de données circulant sur des réseaux numériques, il y a l'impression que ces tendances révèlent un glissement profond de notre système de valeurs, des attitudes des utilisateurs mêmes, de plus en plus tolérants envers l'inspection de leur vie personnelle, voire même envieux de participer à la surveillance dont ils font l'objet » [Casilli, 2013]. Le passage de Facebook vers la fonctionnalité « visible par défaut » implique un certain nombre de controverses, de débats, de scandales, des petites incidents de vie privée qui sont répertoriés par Casilli.

(c) Des médias de conservation. En quoi ces médias **diffèrent des médias traditionnels** où le message est public ? Un média est un **canal qui transmet une information entre émetteur et récepteur**. L'enchevêtrement des cercles de discussions n'est **pas** équivalent à un espace public **transparent, liquide et homogène**. [Cardon, 2012]. Tout les médias du web 2.0 ne doivent pas être confondus, on note une particularité saillante sur les espaces en « clair-obscur ».

En 2006 apparaît le *news feed* de Facebook, qui s'est généralisé sur plusieurs réseaux. Pour les sociologues, il pose question puisqu'il provoque un **entrelacement des cercles sociaux** qui n'avaient pas vocation à se croiser. « **Social convergence** » [danah boyd, 2008]. Différents cercles relationnels (amis proches, amants, collègues) ont un accès indifférencié aux contenus publiés. Les changements techniques qui rendent plus **confus les frontières entre public et privés** sont notamment dus à une forme de **déterritorialisation**.

En migrant d'une page de profil locale vers un flux d'information déterritorialisé, les significations perdent potentiellement leur sens premier. « Le principe régissant la production du « fil d'information » repose en effet sur une **indifférenciation** accrue du traitement octroyé aux divers types de lien que chaque utilisateur de SNS rassemble, certes dans un même réseau relationnel, mais dont la nature est évidemment plurielle (amis proches, simples relations, collègues, amants, maîtresses, etc.) » [Granjon, 2014].

Dans le **monde « physique »** : les acteurs sociaux adaptent leurs conversations en fonction du **contexte d'énonciation** (lieux, types d'interactants, si interruption par un parent les adolescents changent de sujet). Avec le numérique, on fait face à un « **effondrement de contexte** », les individus doivent s'**imaginer un public** (projection d'une image de son public). « Au final, **l'audience imaginée définit le contexte social**. En choisissant la manière de se présenter devant des publics différents et des audiences invisibles, chacun doit essayer de résoudre cet effondrement de contexte ou définir activement le contexte dans lequel il se situe » [boyd, 2016]

Différentes formes d'énonciation sur ces espaces :

Attachement contextuel de
l'énonciateur à son énoncé +
familiarité de l'objet de
l'énoncé

≠

Distanciation (entre
énonciateur et énoncé) et
caractère public et
partageable de l'objet de
l'énoncé

L'effondrement de contexte produit la nécessité de **trouver des signaux** pour savoir si on est **en droit d'intervenir, et sur quel ton**. Différentes formes de conversations sont utilisées en alternance par les usagers. danah boyd, dans *C'est compliqué, les vies numériques des adolescents* : « Les adolescents croient souvent que leur public est constitué par ceux qu'ils ont choisis comme « amis » ou qu'ils « suivent », indépendamment de ceux qui peuvent en réalité consulter également leur profil. En théorie, les règles de protection de la vie privée permettent aux ados de circonscrire le périmètre de ceux qu'ils veulent atteindre en indiquant qui peut voir quoi. Sur MySpace et Twitter, où les règles de vie privée sont relativement simples, utiliser les règles de préférences pour

limiter les accès est jouable. Toutefois, sur Facebook, il est notoire que c'est un exercice difficile et déroutant, étant donné la complexité et le changement constant des paramètres de vie privée sur ce site ».

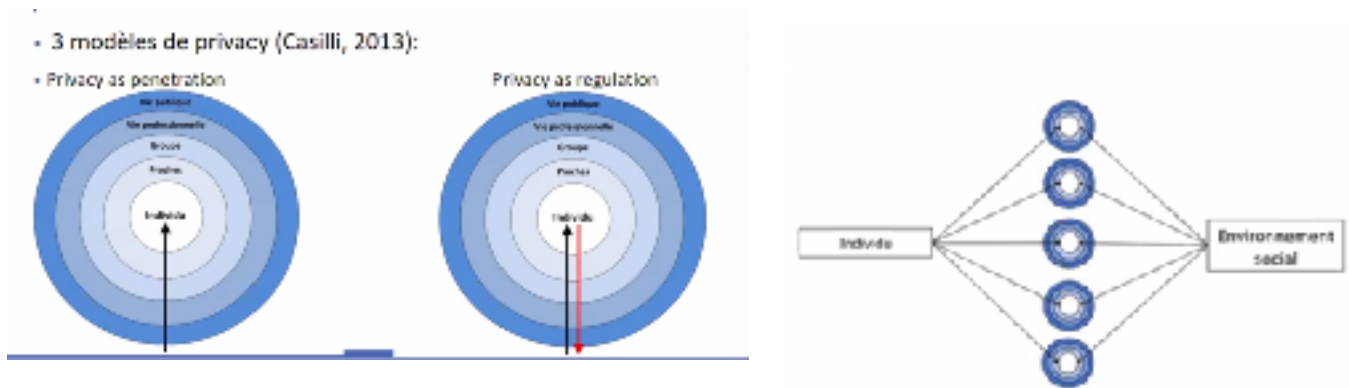
En témoigne cet extrait d'entretien avec Hunter, « afro-geek de 14 ans qui vit dans le centre de Washington DC, « Quand je parle avec mes amis sur Facebook, ou que je poste un statut, ce que je déteste par dessus tout, c'est quand quelqu'un à qui je ne parle pas vient commenter ce statut. Dans mon ancienne école, les gens avaient pris l'habitude de me considérer comme un nerd et certains disaient que j'étais le moins noir des Noirs qu'ils connaissaient, alors j'ai dit sur Facebook : « Quand quelqu'un choisit de faire sonner White and Nerdy sur son téléphone quand j'appelle, dois-je le prendre comme une offense ? ». C'était évidemment un clin d'oeil. Je pensais que nous en parlerions à l'école, et voilà que ma soeur débarque de nulle part, « Oh, p'tit frère »... et moi de penser « non, ne t'en mêle pas, je ne te parlais pas ».

Il existe de multiples exemples de conceptions différentes de l'audience réelle et imaginée de lycéens, qui ne sont pas toujours sans conséquences sur les **destins scolaires** aux EUA (exemple des bourses supprimées). Margot Déage rappelle en quoi les **dynamiques de sociabilité** ont été transformées, comment les **réputations** se tiennent désormais, quelles sont les dynamiques de **cyber-harcèlement**...

(d) Repenser la conception de la vie privée. Lorsque l'on poste quelques choses sur les réseaux, les données doivent-elles être connues comme relevant du public ou du privé ? La régulation juridique est difficile. Quelques affaires, cas de révélations compromettantes (*disclosure*) rapportés dans D. Solove, *Understanding Privacy*, 2008 et D. Cardon, 2012. « En juillet 2007, le surveillant général de l'université d'Oxford s'est servi de preuves photographiques issues de leur page Facebook pour adresser des sanctions disciplinaires à des étudiants qui n'avaient pas respecté le règlement interne de l'université lors de fêtes très arrosées d'après examen. Le syndicat étudiant s'est ému de cette intrusion dans l'espace privé des étudiants, tous considérant que l'échange de leurs photos de fêtes n'était pas destiné à être connu ni de leurs parents ni de l'administration de l'université. » Exemple de photographies d'un spectacle pendant un congrès maladie qui emmène à une résiliation de l'assurance, ou une collègue en critiquant une autre sur Facebook (visible par des amis d'amis) licenciée. Quelques cas (rares) devant les tribunaux.

Comprendre la distinction entre le modèle de **privacy as penetration** et le modèle de **privacy as regulation** (Le deuxième modèle implique de réguler les intrusions mais également les dévoilements de manière tactique et stratégique pour protéger des pans de sa vie sociale. On dévoile certaines informations sur certains réseaux pour maintenir ou acquérir certains capitaux/bénéfices..). Le troisième modèle de **privacy as negotiation** permet de décrire « des situations dans lesquelles le

milieu social de chaque individu n'est pas donné a priori, mais est au contraire en train de se définir sous ses yeux. Cette circonstance, qui renvoie typiquement au cas d'un usager rejoignant une plateforme de networking social, impose avant tout d'évaluer le contexte d'interaction (ses participants, limites, codes, etc.) afin de pouvoir ajuster le contenu des communications. » (Casilli, 2013).



Balleys & Coll 2015 : “**Sphère privée**” (bulle **informationnelle**) vs. “vie **privée**” (dimension **relationnelle**) : « Il faut commencer par distinguer la notion de vie privée de la notion de sphère privée. Dans la littérature juridique et parmi les chercheurs qui ont fait de la protection des données leur spécialité, la sphère privée se devine comme une sorte de bulle informationnelle contenant des informations sensibles qu’il faudrait protéger contre les potentielles agressions des institutions privées ou publiques (Stalder, 2002 ; Coll, 2014). La notion de vie privée, en revanche, met davantage en valeur la dimension relationnelle qui relie les individus d’une société ayant droit à une intimité. Contrairement à la sphère privée, la vie privée ne correspond pas à un espace qu’il faudrait délimiter et protéger, mais « existe dans la relation que nous avons avec les autres et non par des signes spatiaux qui la désigneraient » (Jeudy, 2007 : 13)

Conclusion du chapitre : Le web 2.0 n’est donc **pas le lieu d’une perte de contrôle** et d’une **impudeur** généralisée. Les **utilisateurs jouent** avec les différentes facettes de leur identité qu’ils souhaitent **montrer/cacher** selon les publics regardeurs. Ces stratégies répondent à la construction stratégique d’un capital social, qui varie toutefois en **fonction des « compétences »** des individus (indexées sur leur origine sociale). On observe une **fin de la séparation entre les technologies de diffusion et communication** interpersonnelle qui jusqu’alors désignait une frontière stable entre le public et le secret. Les conversations entre proches peuvent accrocher le regard d’un public en périphérie de la scène sur laquelle elles s’exposent. Il existe également des situations d’asymétrie dans lesquelles le regarder ne fait pas partie du public ratifié par le montreur [Cardon, 2012 ; Granjon, 2014 ; boyd, 2016]. Les internautes doivent apprendre à ne pas regarder certaines choses qu’ils peuvent voir : cela définit une nouvelle posture du regardeur par rapport aux médias traditionnels.

Références du chapitre :

Aguiton C. et al., 2009, "Does showing off help to make friends? Experimenting a sociological game on self-exhibition and social networks", Third International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.

Allard Laurence et Vandenberghe Frédéric, 2003, « Express yourself! Les pages perso. Entre légitimité technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », Réseaux, n°117, pp. 191-219.

Béliard Anne-Sophie, 2009, « Pseudos, avatars et bannières : la mise en scène des fans. Etudes d'un forum de fans de la série télévisée Prison Break », Terrains & Travaux, n°15, p. 191-212.

boyd danah, 2008, « Facebook's PrivacyTrainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence », Convergence, vol. 14, n o 1, pp. 13-20.

boyd danah, 2016, "C'est compliqué". La vie numérique des adolescents, Paris, C&F Editions.

Cardon Dominique, 2008, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », Réseaux, n° 152, p. 93-137.

Cardon Dominique, 2012, « Montrer/Regarder. L'économie de la visibilité sur les réseaux sociaux d'Internet », in Marquet Jacques & Janssen Christophe (dir.), Lien social et Internet dans l'espace privé, Paris,Academia/L'Harmattan, p. 21-50.

Cardon Dominique et Delaunay-Téterel Hélène, 2006, « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », Réseaux, n°138, pp. 15-71.

Carmagnat Fanny, Deville Julie, Mardon Aurélie, 2004, « Une vitrine idéalisante : les usages des sites familiaux », Réseaux, n° 123, pp. 175-203.

Casilli Antonio, 2013, « Contre l'hypothèse de la « fin de la vie privée » », Revue française de sciences de l'information et de la communication [En ligne], 3.

Denouël Julie et Granjon Fabien, 2010, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », Sociologie, vol. 1, pp. 25-43.

Fluckiger Cédric, 2006, « La sociabilité juvénile instrumentée. L'appropriation des blogs dans un groupe de collégiens », Réseaux, n°138, pp. 109-138.

Granjon Fabien, 2014, « Du (dé)contrôle de l'exposition de soi sur les sites de réseaux sociaux », Les cahiers du numérique, Vol. 10, pp. 19-44.

Jarvis Jeff, 2011, Tout nu sur le web. Plaidoyer pour une transparence maîtrisée, Pearson.

Licoppe Christian et Beaudouin Valérie, 2002, « La construction électronique du social : les sites personnels. L'exemple de la musique », Réseaux, n° 116, pp. 53-96.

Turkle Sherry, 1995, Life on Screen. Identity in the age of the Internet, Cambridge, MIT Press.

Turkle Sherry, 1999, « Looking toward Cyberspace: Beyond Grounded Theory », Contemporary Sociology, 28/6, pp. 643-648.

Chapitre 2 - Normes de conduite, participation et collaboration en ligne

Ressources :

Olivier Martin, Eric Dagiral, *L'ordinaire d'internet, le web dans nos pratiques et relations sociales*.

Manuels : Sociologie d'internet et Sociologie du numérique chez Armand Colin.