Chapitre 1 : Identités et vie privée à l’heure du numérique Séance 2 – 22/09

Introduction

Inquiétude sur la manière dont les données sont réutilisées, pouvant tomber entre de mauvaises mains.

- « Paradoxe de la vie privée » : contradiction entre inquiétude et exposition grandissante de sa vie privée. Porosité entre vie privée réelle et virtuelle

• Sur internet, les individus sont-ils impudiques ?

• Les normes sociales ont-elles évolué depuis le début d’internet ?

• Comment les internautes s’approprient-ils les interfaces pour se présenter en ligne Des sociologues se sont intéressées à la manière dont les individus s’exposent et s’approprient les interfaces en ligne

I. Une transformation des normes d’exposition de soi sur le web ?

Sherry Turkle, Life on the screen, 1995 → s’intéresse au rapport des individus aux ordinateurs S’intéresse aux liens d’identité hors ligne et en ligne. Elle met en valeur l’idée que les individus performent leurs identités en lignes. Elles ne sont pas là à priori et on va les créer potentiellement plusieurs différentes

« Aujourd’hui la vie sur l’écran dramatise et concrétise une série de tendances culturelles qui nous encouragent à penser l’identité en termes de multiplicité et de flexibilité » (99)

A. Des pages personnelles aux blogs

a. Pages familiales et pages persos

A partir du milieu des années 90, on peut créer une page ou un site personnel (avant le web2.0). Avant on avait surtout des pages d’entreprises. Puis on a eu des pages pour les familles. Idée de , donne une mémoire familiale, les valeurs familiales, et forum de conversation entre les membres de la famille.

On voit naitre les sites de gens qui ont des passions et veulent les faire vivre et les chercheurs par des entretiens avec eux, montrent que les individus cherchent à exprimer leurs passions de façon différente → espace de liberté inédit, qui permettent de publier des choses sur soi qu’on ne voyait pas sur d’autre médias.

Exposition de soi comme pratique culturelle : Mise en avant de leurs identité de passionnés et de fans.

Au-delà de la page perso, même logique d’appropriation sur l’autres dispositifs Ici, un forum comme vitrine d’exposition permettant aux membres de montrer leur identité (de fan) : pseudo, avatar, bannières. Pratiques culturelles et médiatiques calorisées par ces sites.

b. Les blogs : l’exposition de soi comme une technique relationnelle

- Point de jonction entre les pratiques d’autopublication en ligne et les pratiques de communication

- Format de communication sur internet, caractérisé par une succession de post, datés, accessibles à tous, avec un système de commentaires.

- Paldacci, 2003 : les diaristes (analyse textuelle de 100 blogs + entretiens) Mise en tension entre exposition de l’intimité et le public

Pour le diariste, son lecteur « est à la fois quelqu’un d’extérieur, d’inatteignable, et simultanément quelqu’un qui partage des valeurs (« le pacte de lecture, c’est une lecture sympathique »), que l’on côtoie quotidiennement par des conversations électroniques, dans le cadre de messages laissés sur un livre d’or, la fréquentation de forums communs ».

Ils ont leur réseau d’amis qui se transposent sur le skyblog

Typologie des blogs (voir tableau) à travers les types de prises de paroles La production de soi en ligne est une technique relationnelle. On produit des choses de soi pour rentrer en relation avec certains publics qu’on se projette de certains manières. Chaque blog peut être analysé en fonction du type de public

Prise de parole dans le blog comme technique relationnelle envers un public ciblé Séance 3 – 29/09

B. Les réseaux sociaux : la fin de la pudeur ?

Introduction

L’arrivée des réseaux sociaux donne l’inquiétude que cela va entraîner un déballage d’informations sans segmentation.

Début des années 2000 lancements de diverses plateformes : Friendster, MySpace, Facebook, LinkedIn.

- Des craintes augmentent avec les débuts prometteurs des plateformes de médias sociaux - En 2005 : 61% des utilisateurs de FB et 55% des membres de Friendsters se rendent visibles à tous

- En 2008 : 69% des photos sur Flickr sont publiques

➔ Inquiétude sur la manière dont les individus s’exposent sur les réseaux. La sociologie cherche à expliquer le paradoxe où les individus se déclarent inquiets, et pourtant dévoilent beaucoup sur les réseaux.

a. Une transformation des normes sociales

Citation de Zuckerberg qui dit qu’il y a une évolution normative où les gens sont satisfait de partager des informations en ligne.

F. Granjon, « Du (dé)contrôle de l’exposition de soi sur les sites de réseaux sociaux » (2014)

- Elias (civilisation des mœurs) : sociogenèse de l’état et des sociétés occidentales à travers les normes de bienséance. Elles naissent dans les couches supérieures avant de se normaliser. La manière de discipliner les comportements va de pair avec le constat d’un relâchement. Dès lors ça permet de se relâcher de manière épisodique.

Tolérance au décontrôle : « parce qu’un minimum d’habitudes, d’autocontraintes ancrées dans des institutions techniques, de retenue dans la vie pulsionnelle et les comportements individuels semble assuré, en accord avec la progression du seuil de la sensibilité aux expériences pénibles » (Elias, 1973)

Article : F. Granjon : prolongement d’Elias

- Nouveau stade : fort niveau d’intégration des autocontraintes (aboutissement du schéma proposé par Elias) ; individus plus éduqués et réflexifs

- Plus d’obligation d’exprimer un jugement moral systématique face au décontrôle - Banalisation des formes d’exposition de soi dans les médias (sociaux) - Multiplication des sollicitations

- Surveillance latérale/distribuée généralisée (many to many)

➔ Une tolérance indifférente : on a tous un positionnement de neutralité « Cette tolérance indifférente permettrait notamment de dégager de la pression normative des nouvelles formes de surveillance sociale et tendrait à devenir la norme à priori précédant tout jugement moral positif ou négatif » (Granjon, 2014)

- Frontières de la transgression repoussées : on « force le trait » pour attirer l’attention « Les formes d’exposition de soi en ligne témoigneraient à la fois d’un contrôle du décontrôle des contraintes émotionnelles « en général » mais aussi de la création d’espaces singuliers de spectacle (i.e. fondés sur un exercice pratique du regard) où les singularités individuelles seraient mises à la fois en visibilité et en concurrence, notamment à la des fins de distinction et de reconnaissance » (Granjon, 2014)

b. Une enquête sur la pudeur : Sociogeek, 2008

- Une enquête collective sur la pudeur

- Objectif : aller au-delà du « paradoxe de la vie privée »

- Hypothèse : renoncement au contrôle ou façon stratégique de gérer et d’agir sur les autres en montrant ou en masquant certains traits de son identité ?

- Protocole d’enquête : un « jeu » en ligne divisé en 2 parties

• 1. Quels modes d’exposition ?

• 2. Les différentes formes d’exposition conduisent-elle à des comportements relationnels spécifiques ?

Protocole de Sociogeek : Volet 1 : les échelles de pudeur à partir d’images

- L’image s’impose comme un vecteur clé du WEB 2.0

- L’image permet une interprétation immédiate et plus souple que celle du langage - Volonté de rendre l’enquête ludique

- Identification de thèmes de l’exposition de soi pour couvrir au maximum les impudeurs et pudeurs

- Créer des niveaux d’exposition de soi au sein de catégories délimitées ➔ 4 photographies illustrant des niveaux ou manières d’exposition différents au sein d’une même catégorie

Choix des photos

- Authenticité : les photos venaient de Flickr, sous une licence couverte - Représentativité : les thèmes photographiques récurrents observés sur le web étaient restitués (20 thèmes)

- Organisation en échelles

• Echelle d’intensité (de plus en plus nu, de plus en plus saoul)

• Echelle du ridicule (de plus en plus « délirant »)

➔ Voir pwp pour exemple

Quelques résultats

- 11 000 participants

- Sur l’exposition de soi/la pudeur

• Impudeur moyenne : 2,22 (sur 4), avec très peu d’individus dans les extrêmes (7,6% note d’impudeur supérieur à 3)

- Activité stratégique qui cherche à produire une image de soi avantageuse, pas une prise de risque inconsciente :

• On ne se montre que dans des situations euphoriques, on est réticents à montrer la tristesse ou la faiblesse

• On se montre de + en + en situation de décontrôle

• On contrôle son image par la publication ; on contrôle son décontrôle

Ceux qui s’exposent le plus

- Les hommes

- Les jeunes

- Les moins diplômes

- Les Lycéens

- Les ouvriers et employés plus que les chefs d’entreprise

➔ « On constate par exemple une propension importante d’individus faiblement diplômés parmi ceux, qui en ligne, s’adonnent à une mise en visibilités épousant les traits les plus saillants de la trash culture, phénomène qui s’est notamment développé au sein de la fraction la plus populaire de la jeunesse » (Granjon, 2014)

Protocole volet 2 : jeu des profils

Principe : six personnes souhaitent devenir votre ami. Il faut en choisir une en parcourant son profil et en cherchant plusieurs informations.

Fin du jeu : questionnaire socio démographique classique en vue de réaliser des tris croisés et analyses.

Hypothèse : la moindre inhibition des internautes provenant d’un milieu populaire ou de classes intermédiaires à s’exposer sur le net devrait les aider à nouer plus facilement des contacts avec des gens d’autres milieux sociaux.

Choisir ses amis : entre soi…

- On a tendance à choisir des « semblables »

• Il existe une homophilie plus forte des milieux supérieurs et moyens

• On constate une forte exclusion des profils populaires qui ne sont sélectionnés que par les milieux populaires

• Les choix homophiles quant aux niveaux social et culturel augmentent avec l’âge - On ne choisit pas de la même façon selon son sexe, son âge, et son niveau de diplôme • Les femmes sont plus réticentes à se fonder sur des critères précis, préfèrent les définitions + narratives

• Les plus jeunes sont très attentifs à l’homogénéité d’âge de leur réseau d’amis • Les classes supérieures cherchent une homogénéité socioculturelle quand elles choisissent leurs amis.

Pour faire réseau, il faut s’exposer

- L’exposition de soi est une stratégie contrôlée

• Qui n’est pas forcément liée à l’usage du web 2.0



▪ Les CSP+ ont plus d’amis que les CSP –

▪ Les personnes les plus actives dans la production de contenus sont aussi celles qui ont le plus d’amis

- Se faire connaître oblige à sacrifier une partie de sa vie privée, afin d’attirer des connexions : gestion du capital social (Casili, 2010)

Conclusion Sociogeek

- Hypothèse 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 - Conséquence : revoir à nouveaux frais ce que doit être la régulation des données perso sur Internet. Les individus ne sont pas totalement démunis face à la surveillance institutionnelle, ils mettent en place des stratégies pour se cacher, parler qu’à certains, en faire un ressort relationnel.

Limites méthodologiques de l’enquête sociogeek

- Echantillon représentatif : 74% hommes, moyenne âge 28 ans.

- Jouer = pratique réelle ?

- Le choix des échelles de pudeur

- Echec d’un sociogeek monde (contraintes techniques + normes de pudeur éminemment culturelles)

- Daté

II. Jeux identitaires sur le web 2.0

Introduction

- Claude DUBAR 2000 :

• « identités pour autrui (ou sociale) : appartenances objectives des individus (femme, 20 ans)

• « identités pour soi » (ou revendiquée) : façon dont l’individus exprime ce qu’il est

Cardon, « le design de la visibilité »

Modes d’exposition de soi en ligne dépendent aussi des interfaces

Le rôle des interfaces : « Il serait hâtif de conclure à l’indistinction du privé et du public et au développement d’un exhibitionnisme généralisé et sans règles. 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 en face-à-face. » (Goffman, 1973)

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

- Identité en ligne appelle 2 dimensions selon Cardon :

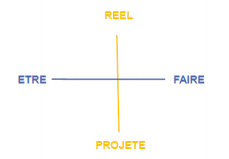
• Identités multiples, variété des facettes

• Visibilité variable/regardeurs : médias conversationnels

« Encastrement de plus en plus significatif des technologies de communication dans la production des subjectivités numériques »

- Processus de subjectivation : l’extériorisation de soi dans des activités , des pratiques, des engagements

- Processus de simulation : réglage réflexif de la distance à soi ; possibilité de projeter une identité numérique qui s’éloigne de celle de notre vie quotidienne « réelle »



3 métaphores de la visibilités sur les RSN

- Paravent : les personnes pourront dissimuler les traits de leur identité civile en se masquant derrière de multiples critères qui ne les révélera qu’auprès d’individus choisis (Meetic, adopteunmec)

- Clair-obscur : sur ces plateformes, la visibilité des personnes est relative : claire pour les proches, en pénombre pour les autres. L’utilisateur peut, plus ou moins en contrôler l’étendue (FB, insta)

- Phare : circulation par halo rencontre du web social et des phénomènes d’autoproduction (Youtube)

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)

Séance 3 – 06/10

III.Le rôles des plateformes dans le débat sur la vie privée

Vie privée : droit de ne pas subir d’intrusion « to be left alone », que devient ce droit à l’époque des réseaux sociaux ?

A. Le droit des données personnelles

- Vie privée et numérique → débats éthiques et juridiques sur la collecte, le stockage et l’utilisation des données personnelles par un tiers

- Une donnée personnelle = « toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable » (CNIL).

- Une personne peut être identifiée :

• Directement (nom, prénom…à

• Ou indirectement (numéro de téléphone, identifiant, donnée biométrique, éléments spé à l’identité physique, physio, génétique, éco, voix ou image…)

- Historiquement, la question de la vie privée est 

puis contre l’intrusion marchande dans l’intimité des personnes - Droit de la privacy :

• Loi française « informatique et libertés » de 1978 : une des premières lois à passer en Europe.

• RGPD (2018)

- Retour sur le cas français (Barraud de Lagerie et Kessous, 2014) :

- Le projet SAFARI (1974) et sa contestation → loi « informatique et libertés » de 1978 - L’article premier stipule que :

« 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. »

➔ Identification des personnes via un numéro (de sécu). Projet de recouper plusieurs bases de données informatisées via un numéro commun. Indigne car on pense que l’état va traquer les individus. Contexte : 30 après WWII où l’on se souvient des fichiers des juifs.

- Création de la CNIL et d’une obligation de déclaration ou de validation des fichiers informatiques comportant des données personnelles

- RGPD : 2018 : demande d’accepter les cookies avant l’accès à toute page internet. donné lieu à des débats au niveau européen avant sa création.

• Nouvelles obligations pour les applications/sites collectant les données personnelles • Amendes conséquentes en cas de manquement

• Volonté de réguler les entreprises, et de redonner du pouvoir à l’utilisateur et de lui laisser le choix.

• Des débats autour du consentement → meilleure maîtrise individuelle de ses données ?

B. Les paramètres de confidentialité

- Rappel : M. Zuckerberg, 2010 « Les gens désormais se disent satisfaits non seulement de partager plus d’informations et de différents types, mais de façon plus ouverte et avec plus de monde. Cette norme sociale est tout simplement quelque chose qui a évolué au fil du temps »

- « Nous croyons que c’est notre rôle d’innover constamment et de mettre à jour notre système pour qu’il reflète ce que sont les normes sociales actuelles »

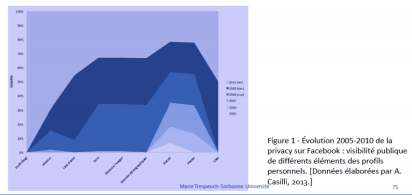
- « L’obsession de la vie privée » Jarvis, 2011 : publicness et transparence du réseau. « Le point de vue que je souhaite défendre est le suivant : à être obsédés par la vie privée, nous risquons de passer à côté d’opportunités de connexions. Nous vivons à l’ère des liens »

D’un autre point de vue

- « Plus inquiétante encore que le repérage passif 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 même, de plus en plus tolérants envers l’inspection de leur vie personnelle, voire même désireux de participer à la surveillance dont ils font l’objet. » (A. Casili, 2013)

- Les plateformes accompagneraient ce changement normatif

Graphique : évolution 2005-2010 de la privacy sur FB. Où l’on voit qu’à partir de 2009 certains informations sont mises en public automatiquement. Il ne faut pas prendre pour argent comptant ce que disent les chefs de plateforme, il faut aussi regarder ce qu’ils font sous couvert de justification

C. Des médias de conversation

Cardon, 2012 :

- Les médias du web 2.0 ne sont pas des médias traditionnels où le message est public → média de conversation

- Enchevêtrement de cercles de discussions/PAS un espace public transparent, liquide et homogène

- Tous les médias du web 2.0 ne doivent pas être confondus → particularité saillante sur les espaces en « clair-obscur »

- Médias sociaux =/= mass médias classiques et n’appellent pas les mêmes types de conversation. On a en effet des messages à moitié publiques, à moitié privés. - 2006 : apparition du news feed de Facebook (avant on n’avait aucun lieu qui rassemblait les informations de chacun dans un même endroit)

• Danah Boyd (2008) : « social convergence » ; différents cercles relationnels (amis proches, amants, collègues…) ont un accès indifférencié aux contenue publiés • Changement technique qui rend plus confuses les frontières entre public et privé

- En migrant d’une page de profil locale vers un flux d’information déterritorialisé, les signifiés 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…)

- Numérique : « effondrement du contexte » → 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 » (Danah 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 utilisées en alternance par les usagers D. Repenser la conception de la vie privée

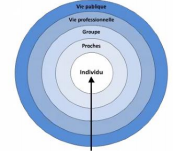
- Espaces publics ou privés ? → la difficile régulation juridique

- Quelques affaires, cas de révélations compromettantes (disclosure) : cf. D. Solove - « 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 a des étudiantes 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 fête n’était pas destiné à être connu ni de leurs parents, ni de l’administration de l’université »

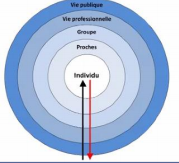
Les propos qu’on exprime sur les réseaux sont des propos que l’on peut penser limité et très privé, alors qu’ils circulent de manière beaucoup plus large que l’on ne le pense, et ça peut porter préjudice

- 3 modèles de privacy (Casili, 2013)

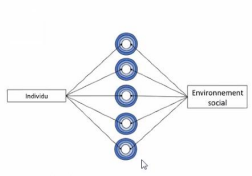
• As penetration : c’est un peu la vision du 19è, où on aurait un noyau sensible d’informations à protéger, et le reste pourrait être mis public si quelqu’un entre dans votre cercle privé (par un cambriolage par exemple)



• As regulation : notion directionnelle. On considère les efforts qui sont fait par les individus pour limiter les intrusions extérieures et gérer ce qui a accès à notre vie privée.



• As negociation sur le web social : permet de décrire « des situations dans lesquelles le milieu social de chaque individu n’est pas donné à 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 ». → 



- Balleys et Coll, 2015 : « sphère privée » (bulle informationnelle) VS « vie privée » (dimension relationnelle)

« Il faut commencer par distinguer 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. 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 »

Conclusion

- Le web 2.0 (à partir de 2005) n’est 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

- Construction stratégique d’un capital social, qui varie toutefois en fonction des « compétences » des individus (indexées sur leur origine sociale)

- 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. Situations d’asymétrie dans lesquelles le regardeur 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 → nouvelle posture par rapport aux médias traditionnels.