UNIVERSITÉ DE GRENOBLE

THÈSE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE GRENOBLE

Spécialité : Sciences de l'information et de la communication
Arrêté ministériel : 7 août 2006

Présentée par
Julien PIERRE

Thèse dirigée par Fabienne **MARTIN-JUCHAT**
préparée au sein du **Laboratoire GRESEC**
dans l'École Doctorale **LLSH**

Le cadre privatif : des données aux contextes

Approche interdimensionnelle des enjeux de médiation de la vie privée

Volume I : I^{ère} et II^{ème} parties

Thèse soutenue publiquement le 19 avril 2013,
devant le jury composé de :

Mme Fabienne MARTIN-JUCHAT
Professeure de sciences de l'information et de la communication, membre du laboratoire GRESEC, Université de Grenoble

Monsieur Bernard MIÈGE
Professeur émérite de sciences de l'information et de la communication, membre du laboratoire GRESEC, Université de Grenoble (examinateur et président de jury)

Monsieur Dominique BOULLIER
Professeur de sociologie à l'Institut d'études politiques de Paris (rapporteur)

Monsieur Fabrice ROCHELANDET
Professeur de Sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle, membre du laboratoire IRCAV (rapporteur)

Université Joseph Fourier / Université Pierre Mendès France /
Université Stendhal / Université de Savoie / Grenoble INP

« Code is poetry »

Devise du logiciel WordPress

« La nature la plus profonde
de l'individu
est à fleur de peau :
la peau des autres »

Erving Goffman, (1959), 1973 : 338

« L'attitude de Richard Wagner,
[…]ce en quoi il se différencie le plus de Nietzsche
est celle de l'homme qui agit,
[…]comme tous les hommes
qui ont une action à accomplir,
il est lié à son milieu immédiat…
Il doit tenir compte des « données » du monde réel.
[…]C'est qu'il sait que son travail artistique
est étroitement lié à l'action,
qu'il est un artiste véritable.
[…]Pour Nietzsche, au contraire,
aucune possibilité d'agir ainsi :
simplement ; directement.
Le penseur ne peut fabriquer quelque chose
avec un matériau de son choix
ni surtout avec lui-même,
mais seulement réfléchir sur d'autres êtres ;
sur un monde
où des hommes s'affirment par des actes. »

Wilhelm Furtwängler, ***Musique et verbe***, (1941), 1979 : 241

REMERCIEMENTS

À ma directrice Fabienne Martin-Juchat pour avoir patiemment fait rentrer ce travail dans le cadre, pour avoir alimenter ce cadre par ses références et ses perspectives, et surtout pour m'avoir permis de m'y projeter en toute autonomie.

À Dominique Boullier et Fabrice Rochelandet pour avoir eu la gentillesse de participer à ce jury, et la patience d'en lire ce mémoire.

À Isabelle Pailliart, pour m'avoir permis de mener cette thèse au sein du GRESEC, mais aussi pour son amabilité dans le souci, et sa prodigalité dans les conseils et les sourires ; à Bernard Miège, pour tout ce qu'il a su apporter à ce travail ; à tous les membres de mon laboratoire et de l'ICM : toute l'équipe, et le projet qu'elle soutient, apporte à chaque doctorant des conditions de travail incroyablement confortables. Et plus chaleureusement encore, à Benoit Lafon et Viviane Clavier, à Laurie Schmitt ; à Jean-Philippe de Oliveira, cher camarade de bureau, à Férielle, Michaël, Simon, Alexander, Guillaume, Pierre, Caroline, Mary, JB, Cyrille, Manuela, Chloé, Laurence avec tous j'ai échangé, et surtout reçu, sourires, conseils et encouragements.

À Jacques Perriault pour sa disponibilité, à Béatrice Galinon-Mélénec, pour m'avoir permis de faire mes premières traces, à Dominique Cardon, pour la simplicité du contact et la richesse des propos, à Gustavo Gomez-Meija, pour sa qualité et sa fraicheur, aux duettistes Alexandre Coutant et Thomas Stenger, pour les échanges, à Margot Beauchamps, Jean-Paul Pinte, Geneviève Vidal, Estrella Rojas, pour leurs conseils éditoriaux. À tous les relecteurs anonymes des publications scientifiques qui m'ont apporté conseils, références et accompagnements. À l'équipe du service reprographie de l'Université Stendhal, pour les conseils et le façonnage.

À Camille Alloing, pour les rencontres (passées et à venir).

À toutes les personnes rencontrées dans les stages URFIST, ADBS, tous les collègues de GEM et des autres centres ou bibliothèques, et plus particulièrement à Sylvie Duchet, Carole Duguy, Nathalie Rayssac, Olivier Cateura, Pierre Dal Zoto aka Dalz du team MSI, et François Fluckiger.

À toutes les rencontres opportunes, et à tous ceux qui sont derrière l'écran, pour leurs tweets et leurs commentaires, et pour leurs contributions sur les divers outils collaboratifs en ligne.

À tous les apprentis et les collègues de l'IMT, qui ne se doutent pas de ce qu'ils m'ont apportés : aux AG2, elles se reconnaitront ! Un grand merci aussi aux collègues, et plus particulièrement à Jocelyne, Claire et Soon.

À Alix et Carla, par qui tout ça est arrivé ; à Stéphanie Pouchot pour le coaching personnel, aux copains et tous nos gamins.

À mes parents.

Quant à Bérangère, Victor et Eugénie, vos sacrifices ne vous rendent que plus sacrés à mes yeux.

RÉSUMÉ

Nous construisons une analyse des dispositifs identitaires contemporains (dont les réseaux socionumériques) sur plusieurs niveaux : au niveau informatique (modèle conceptuel clôturant représentations sociales et sociabilités) ; au niveau microsocial (négociation des singularités subjectives et ancrage des normes sociales) ; au niveau économique (stratégies hégémoniques et partenariat avec les industries culturelles) ; au niveau sociopolitique (expérimentation de postures individuelles sur la base d'expériences affectives et dans un cercle privé rendant possible l'engagement dans les processus délibératifs constituant le sens commun).

Pour appréhender ces enjeux, nous avons mis en œuvre une méthodologie immersive et multi-située en compagnie d'une population composée de figures du sujet contemporain : des apprentis en BTS dans le secteur du Tertiaire, soumis à un complexe de contraintes, et engagés au niveau personnel et socioprofessionnel dans divers dispositifs identitaires.

Il ressort de ces analyses plusieurs propositions théoriques, dont celle du cadre privatif présenté comme ensemble de contraintes identitaires définies ou négociées par les interactants et resitué au niveau informatique (ingénierie de la vie privée médiatisée), microsocial (veille mutuelle), économique (modèle socioéconomique du salon), sociopolitique (espace anecdotique), et méthodologique (immersion auprès des usagers).

Mots-clés : identité, intimité, données personnelles, vie privée, identification, socialisation, dispositifs identitaires, réseaux socionumériques, cadre, industries de la certification d'identité et de la réputation, cadre privatif, espace anecdotique

ABSTRACT

We build an analysis of contemporary identity devices (including social network sites) on several levels: computer (conceptual model ending social representations and sociability), microsocial (negotiating subjective singularities and anchoring social norms), economics (hegemonic strategies and partnerships with cultural industries), socio-political (experimenting individual postures based on emotional experiences in a « private club model » and making it possible to engage in deliberative processes constituting common sense).

To understand these issues, we have implemented an immersive and multi-situated methodology located in a population composed of contemporary subject's figures: young apprentices in the Tertiary, subject to complex constraints, and committed personal level, social and professional identity in various devices.

It is clear from these analyzes several theoretical proposals, including the « privatory framework » presented as a set of identity constraints defined or negotiated by interactants and situating in Computer Science (engineering publicized privacy), the micro (mutual insight), economic (socioeconomic model of the « private club »), socio-political (anecdotical sphere) and methodological (immersion to users).

Keywords: identity, intimacy, personal data, privacy, identification, socialization, identifying devices, social network sites, frame, identity credential and reputation industries, privatory framework, anecdotical sphere

SOMMAIRE

Volume I

Remerciements 2

Résumé 3

Abstract 4

Sommaire 5

Sigles 8

Liste des inserts 10

- Figures 10
- Graphiques 10
- Tableaux 11
- Illustrations 11
- Extraits de corpus 13

Conventions d'écriture 14

Introduction 15

Objet de recherche 15

Posture de recherche 17

Hypothèses, concepts et annonce du plan 23

Ière partie, Les formes de privatisation dans le cadre de l'institution nominale . 30

Chapitre 1 L'institution du nom 32

- 1. La notion de cadre 32
- 2. Le temps long des pratiques biographiques 56
- 3. Convergence et spécificités des dispositifs identitaires contemporains . 76
- Conclusion du chapitre 1 93

Chapitre 2 Le double échelon de l'écosystème identitaire 94

- 1. Le modèle conceptuel des bases de données 96
- 2. Études de cas : l'énonciation éditoriale des dispositifs identitaires 123
- 3. Études de cas : l'identité numérique au niveau des nations 147
- Conclusion du Chapitre 2 175

Chapitre 3 Les données personnelles au service de l'économie de la réputation 178

1. La représentation de l'être et de l'agir entre sèmes et phénomènes ... 179
2. Le rôle des données personnelles dans la structuration d'une économie marchande de la réputation 198
3. Le syndrome transcontextuel dans la privatisation de l'institution nominale 235

Conclusion du Chapitre 3 251

Conclusion de la première partie 253

IIème partie, La médiatisation du projet identitaire 255

Chapitre 4 L'injonction à être soi dans un monde de normes 257

1. L'instabilité de l'émancipation de soi 257
2. L'identité comme objet d'étude en SIC 278
3. Identification et socialisation en ligne 299

Conclusion du Chapitre 4 328

Chapitre 5 Méthodologies 330

1. Postures de recherche 331
2. Méthodes d'observation en situation multiple 352

Conclusion du Chapitre 5 400

Chapitre 6 Les apprentis et Facebook 402

1. Le cadre normé de l'émancipation 402
2. Les tactiques éditoriales et relationnelles 418
3. Le co-apprentissage de l'inscription dans le corps social 425

Conclusion du Chapitre 6 445

Conclusion de la deuxième partie 447

Note au lecteur 449

***

Sommaire du deuxième volume 451

IIIème partie, Les médiations du cadre privatif 452

Chapitre 7 L'espace anecdotique ou les coulisses de l'espace public 454

1. Les deux modèles historiques 455
2. Des espaces en expansion vers l'espace anecdotique 465

3. Les registres d'action de la vie affective sous l'emprise du modèle rationnel 491
Conclusion du Chapitre 7 518
Chapitre 8 Les formes de régulation de la vie privée 521
1. Les tensions dialectiques des dispositifs identitaires 522
2. La vie privée comme configuration 530
3. Le cadre privatif 564
Conclusion du chapitre 8 611
Conclusion de la troisième partie 614
Conclusion générale 616
Table des matières 628
Bibliographie 638
Annexes 658
Corpus 843

SIGLES

- AD : BTS Assistant de Direction
- AG : BTS Assistant de Gestion PME-PMI
- API : Application Programming Interface
- BDD : Base de Données
- BTS : Brevet de Technicien Supérieur
- CDT : Center for Democracy and Technology
- CGO : BTS Comptabilité et Gestion des Organisations
- CIL : Correspondant Informatique et Libertés
- CMS : Content Management System
- CNIL : Commission Nationale Informatique et Libertés
- DP : Données personnelles
- EASP : Enquêtes Administratives liées à la Sécurité Publique
- EDVIRSP : Exploitation Documentaire et Valorisation de l'Information Relative à la Sécurité Publique)
- EPIC : Electronic Privacy Information Center
- FAED : Fichier national des empreintes digitales
- FIDIS : Future of IDentity in the Information Society
- FING : Fédération Internet Nouvelle Génération
- FNAEG : Fichier national automatisé des empreintes génétiques
- FTC : Federal Trade Commission
- GIXEL : Groupement professionnel des Industries de composants et de systèmes électroniques
- HADOPI : Haute Autorité pour la Diffusion des Œuvres et la Protection des droits sur Internet
- HTML : HyperText Markup Language
- HTTP : HyperText Transfer Protocol
- ICAM : Identity, Credential and Access Management Framework
- ICIC : Industries de la culture, de l'information et de la communication
- ICIR : Industries de la certification d'identité et de la réputation
- IRL : In real life, dans la vraie vie

- ISO : International Organization for Standardization
- JUDEX : Système judiciaire de documentation et d'exploitation
- LOPPSI : Loi d'Orientation et Programmation pour la Sécurité Intérieure
- MUC : BTS Management des Unités Commerciales
- NFC : Near Field Communication
- NIST : National Institute for Standards and Technology
- NRC : BTS Négociation et Relation Clientèle
- NSTIC : National Strategy for Trusted Identities in Cyberspace
- OASIS : Organization for the Advancement of Structured Information Standards
- PASP : Prévention des Atteintes liées à la Sécurité Publique
- RDF : Resource Description Framework
- RFID : Radio Frequency IDentification
- RNIPP : Registre National d'identification des Personnes Physiques (RNIPP)
- SAFARI : Système Automatisé pour les Fichiers Administratifs et le Répertoire des Individus
- SAML : Security Assertion Markup Language
- SGBDR : Système de Gestion de Base de Données Relationnelles
- SIS : Système d'information Schengen
- SQL : Structured Query Language
- STIC : Système de traitement des infractions constatées
- SWIFT : Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication
- TAJ : Traitement des antécédents judiciaires
- TIC : Technologies d'Information et de Communication
- TICE : Technologies d'Information et de Communication pour l'Éducation
- URFIST : Unité Régionale de Formation à l'Information Scientifique et Technique
- URI : Uniform Resource Identifier
- URL : Uniform Resource Locator
- URN : Uniform Resource Name
- USA Patriot : Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism Act
- XML : eXtensible Markup Language

LISTE DES INSERTS

Figures

Fig. n° 1 : Répartition des principaux DI par quadrant....88

Fig. n° 2 : Comparaison entre EDVIGE (gauche) et Facebook (droite)....88

Fig. n° 3 : Circulation des données à partir d'un formulaire HTML....103

Fig. n° 4 : Tim Berners-Lee est une personne (source : Gautier Poupeau)....110

Fig. n° 5 : Le principe d'identité....288

Fig. n° 6 : Le continuum identitaire de François Péréa, entre cité et écran....314

Fig. n° 7 : Les trois formes d'identité dans le modèle de Péréa....314

Fig. n° 8 : Les quadrants du design de la visibilité (modèle de Cardon)....320

Fig. n° 9 : Les cinq formes de visibilité offertes par les sites web (dans le design de Cardon)....322

Graphiques

Graphique n° 1 : Distribution mensuelle du nombre d'occurrences du terme 'EDVIGE' dans les publications en langue française, réalisée le 10/6/2011 sur le site Factiva....77

Graphique n° 2 : Distribution annuelle (2008) du nombre d'occurrences du terme 'EDVIGE' dans les publications en langue française, réalisée le 10/6/2011 sur le site Factiva....78

Graphique n° 3 : Distribution mensuelle du nombre d'occurrences du terme 'FACEBOOK' dans les publications en langue française, réalisée le 10/6/2011 sur le site Factiva....79

Graphique n° 4 : Distribution annuelle (2008 à gauche) et depuis 2006 (à droite) du nombre d'occurrences du terme 'FACEBOOK' dans les publications en langue française, réalisée le 02/076/2012 sur le site Factiva....79

Graphique n° 5 : Répartition thématique des articles de presse publiés sur Facebook en Octobre 2008....80

Graphique n° 6 : Tim (sujet) et son graphe social orienté à traduire dans FOAF....117

Graphique n° 7 : Diagramme en secteur des segments de population....371

Graphique n° 8 : Comparaison des taux d'équipement, d'activités informationnelles-communicationnelles, de pratiques de socialisation médiatisée et d'usages de Facebook....390

Graphique n° 9: Représentation graphique de la Q167....417

Graphique n° 10 : Représentation en radar des statuts et de leur fréquence d'édition....422

Graphique n° 11 : Histogramme des pratiques de surveillance, par segment de population....439

Graphique n° 12 : Histogramme du taux de pratique de la surveillance, par secteur d'activité....439

Tableaux

Tableau n° 1 : Interdimensionnalité des niveaux et des objets de recherche 18

Tableau n° 2 : Interdimensionnalité de la méthode 19

Tableau n° 3 : Table CLIENT 98

Tableau n° 4 : Table FACTURE 99

Tableau n° 5 : deux représentations d'un enregistrement de la table CLIENT relatives à leur paradigme de données 106

Tableau n° 6 : cookie c_user déposé par Facebook 135

Tableau n° 7 : comparaison de trois dispositifs d'énonciation éditoriale 145

Tableau n° 8 : les espaces de production et réception des dispositifs d'énonciation éditoriale de données personnelles 146

Tableau n° 9 : Les modes d'identification et de socialisation par espace de communication 288

Tableau n° 10 : Grille d'entretien avec les apprentis 359

Tableau n° 11 : Les filières de formation à l'IMT 378

Tableau n° 12 : Âge des populations étudiées 403

Tableau n° 13 : Résultat synthétique des taux de sémiotisation et de socialisation 425

Tableau n° 14 : Calcul des différences entre pratiques et représentations de la surveillance 440

Tableau n° 15 : Privatisation et publicisation 474

Tableau n° 16 : le cadre privatif 595

Illustrations

Ill. n° 1 : Peter Steiner, "On the Internet, nobody knows you're a dog" 43

Ill. n° 2 : illustration du système 'Action Type' dans la documentation Facebook 131

Ill. n° 3 : Les différents verbes du système' Action Type' de Facebook 131

Ill. n° 4 : Proposition de mise en relation sur Facebook 134

Ill. n° 5 : Étape d'inscription avec lecture du carnet d'adresses 134

Ill. n° 6 : Formulaire d'inscription chez Spotify préalimenté par Facebook 137

Ill. n° 7 : éditeur de contenu de WordPress 141

Ill. n° 8 : Certification par des tiers sur un service web 148

Ill. n° 9 : The Personal Ecosystem 155

Ill. n° 10 : exemple de profil d'évaluation vendeur sur eBay 192

Ill. n° 11 : procédure de confiance avec les évaluations sur eBay....193

Ill. n° 12 : zones de recommandations dans la page d'accueil d'Amazon....200

Ill. n° 13 : Méthodologie de Quantcast, un modèle agnostique déployé auprès de différents modes de transaction....201

Ill. n° 14 : Méthodologie de Quantcast, recomposition et qualification du graphe social....202

Ill. n° 15 : WPP....209

Ill. n° 16 : Feuille de personnage du jeu de rôle Dungeons & Drangons....305

Ill. n° 17 : Profil d'Heidi Num sur Facebook (gauche) et Twitter (droite)....307

Ill. n° 18 : Profil d'Heidi Num sur LinkedIn....307

Ill. n° 19 : Heidi Num a partagé un lien, participe passé de l'identité agissante....317

Ill. n° 20 : Autoportrait d'Anaïs publié sur Facebook et choisie comme image de profil....362

Ill. n° 21 : Graphe social de Carmen....363

Ill. n° 22 : Graphe social de Florence....363

Ill. n° 23 : Les 5 finalités professionnelles de l'Assistant de Manager....385

Ill. n° 24 : Extrait d'un manuel scolaire sur la communication en entreprise....386

Ill. n° 25 : Le guide de bon usage des médias sociaux de la marine nationale....498

Ill. n° 26 : Le guide AXA du bon sens numérique....499

Ill. n° 27 : Diagramme événement - résultat....501

Ill. n° 28 : Badge de Foursquare....511

Ill. n° 29 : Application de la directive 2002/58 par Yahoo!....538

Ill. n° 30 : Application du Cookie Guidance sur le site de l'Information Commissionner's Office....547

Ill. n° 31 : Les réglages de confidentialité par défaut chez Facebook et Flickr....549

Ill. n° 32 : Les options d'explication en cas de refus d'une publicité sur Facebook....551

Ill. n° 33 : Gestion des droits des commentateurs dans WordPress....566

Ill. n° 34 : Option Do Not Track dans le navigateur Firefox....568

Ill. n° 35 : Questionnaire d'inscription du site La Redoute....573

Ill. n° 36 : Exemple de privacy label pour eBay....574

Ill. n° 37 : Instanciation du cadre privatif appareillé dans Facebook....592

Ill. n° 38 : Zone de confidentialité aménagée au guichet d'un concessionnaire automobile....596

Ill. n° 39: le geste privatif de Nicolas Sarkozy dans ses communications téléphoniques....599

Ill. n° 40 : La SocialAPI de Firefox et une conversation sur Facebook....609

Ill. n° 41 : Le Layer Cake de Tim Berners-Lee 625

Ill. n° 42 : <dipot.com/2009/01/how-i-post> 838

Ill. n° 43 : <www.collegehumor.com/article/6414340/facebook-comment-flowchart> 839

Ill. n° 44 : <www.wired.com/magazine/2010/04/st_flowchart_1805> 840

Extraits de corpus

Extrait n° 1 : Statut de Noémie, et commentaires de ses amis [C012] 361

Extrait n° 2 : Photo de Philippe prise en fin de soirée alcoolisée, et publiée par Oscar sur Facebook 362

Extrait n° 3 : Albert témoigne de son accident meurtrier sur le plateau de vie privée, vie publique 389

Extrait n°4 : Bérénice est convoquée par sa tutrice à son propos de son bulletin scolaire [F011] 392

Extrait n°5 : Aline poste un statut pendant un cours pour signaler que son employeur vient de l'appeler . 394

Extrait n°6 : Bérénice va au gymnase (message posté pendant le temps de formation) 396

Extrait n°7 : Bérénice achète une maison [A006] 397

Extrait n°8 : Hermione entame ses révisions. Ses amies lui souhaitent bon courage [B023] 415

Extrait n°9 : La tristesse de Doriane est débrayée par les blagues de ses commentateurs [C014] 415

Extrait n°10 : Nom de code de la clique 416

Extrait n°11 : Message d'Anaïs, AG1 430

Extrait n°12 : Message d'insulte de Bérénice [F001] 431

Extrait n°13 : Commentaire de son enseignante 432

Extrait n° 14 : [C018], 26/03/2010, une photo compromettante du fiancé de Carmen défraie la chronique nationale 442

Extrait n°15 : Allusion de Bérénice 444

Extrait n° 16 : Anaïs : C010 - Bérénice : A003 - Aline : B054 525

Extrait n° 17 : Chita Boulette 526

Extrait n° 18 : La timeline de Raoul en mode fabulisant 527

Extrait n° 19 : B le tiers exclu du cadre privatif limité par l'implicature conversationnelle sur Facebook ... 593

CONVENTIONS D'ÉCRITURE

- Les références bibliographiques de première lecture composant notre cadre théorique sont regroupées en fin de volume. Elles sont indiquées dans le corps du texte au format (AUTEUR, date de première édition : page). Afin d'éviter les allers-retours avec la bibliographie située dans le volume II, la première occurrence d'une référence est accompagnée d'une note de bas de page reprenant la notice bibliographique. Les autres références bibliographiques, dites de seconde lecture, sont uniquement indiquées en note de bas de page. Elles ne donnent pas lieu à une notice dans la bibliographie.
- Les noms d'auteur sont écrits en PETITES MAJUSCULES. Les noms et pseudonymes des acteurs cités dans le mémoire sont écrits en minuscules.
- Les *marques*, les *noms de sites web*, les *locutions non françaises* sont indiquées en italique. Sauf mention contraire, nous nous avouons coupable des traductions en français.
- Les URL sont indiquées entre <chevrons>, elles sont toutes écrites dans le protocole HTTP. Tous les liens ont été vérifiés le 01/12/2012.
- Les codes informatiques sont `grisés avec une police à chasse fixe`.
- Les références au carnet de bord sont précédées par le sigle CdB, suivi de la date. Ce carnet est reproduit en annexe 4
- Enfin, nous ferons fréquemment référence à l'étymologie dans ce mémoire. Nos sources sont les suivantes :
  - CLÉDAT L., *Dictionnaire étymologique de la langue française*, Paris : Hachette, 1912
  - PICOCHE J., *Dictionnaire étymologique du français*, Paris : Robert, coll. « les Usuels », (1971), 2008
  - Les sites Internet suivants : <etymonline.com>, <wiktionary.com>, <www.cnrtl.fr> et <dnghu.org/indoeuropean.html> (numérisation de POKORNY J., *Indo-European Etymological Dictionary - Indogermanisches Etymologisches Woerterbuch*, 1957)

INTRODUCTION

OBJET DE RECHERCHE

Libertés individuelles, respect de l'autre, construction de ce qui fait l'humain et le social ne devraient pas s'opposer à l'activité économique, à l'innovation, à l'organisation du travail et de la cité. Or les pratiques qui se nouent du côté des individus ont des effets dans les stratégies commerciales ou dans l'agenda législatif, de même que les décisions prises par les entreprises ou les gouvernements peuvent avoir une emprise sur les individus. Il s'agit là pour nous moins d'une hypothèse que d'une évidence. Ainsi, **les enjeux liés aux différentes formes de médiation de l'identité et de la vie privée combinent les dimensions anthropologique, économique et sociopolitique**. Ce que nous nommons ici « formes de médiation » relève à la fois de pratiques de communication *médiée* dans l'interlocution, d'une communication *médiatée* par des logiques de régulation, et d'une communication *médiatisée* correspondant à un procès d'industrialisation des TIC mêlant stratégies d'acteurs économiques et usages sociaux.

Nous estimons que ces formes de médiation peuvent s'apprécier à travers le prisme de trois focales :

- une focale micro, qui se concentrerait sur les petits gestes du quotidien, « l'infra-ordinaire » comme dirait PÉREC, la politesse de tous les jours, les mots et les choses qu'on s'échange, ou qu'on écrit de nous dans des fichiers ou des sites web (cookies,

logs, fiche client). Une focale qui nous permettrait d'aller du de la micro-informatique au microsocial ;

- une focale méso, intermédiaire, qui se poserait sur les interfaces des logiciels, sur l'infrastructure de leurs systèmes d'information, sur les stratégies des entreprises qui soutiennent ces dispositifs, sur les discours d'escorte, de promotion, d'analyse ou de critique à l'égard de ces dispositifs, et sur leur apprentissage, leur appropriation et leurs usages. Une focale qui irait des dispositifs de communication médiatisée aux stratégies des entreprises opérant ces dispositifs ;
- une focale macro qui engloberait les processus de construction de soi et du social, allant des processus cognitifs à l'architecture des espaces sociaux en mode gigogne (de la vie privée à l'espace public, en passant par le marché et l'entreprise). Une focale qui irait de la construction des individus à celle des civilisations.

Ainsi, les notions d'identité et de vie privée suscitent une attention particulière en raison de l'intensification de leur traitement par des processus informationnels et communicationnels. À travers les avatars contemporains de ce que nous appelons des « dispositifs identitaires » (DI)[1], nous couvrirons des objets allant des fichiers de police aux smartphones, des activités allant de la vidéosurveillance à la présentation de soi sur ***Facebook***, des discours alliant « identité numérique » et « fin de la vie privée ». À l'automne 2008, au moment où nous entamons notre recherche, une multitude d'événements politiques et médiatiques cristallise les interrogations sociales et scientifiques[2]. Parallèlement, dans le prolongement de notre activité de formateur en BTS, il nous a

[1] Les dispositifs identitaires sont un terme générique nous servant à désigner les dispositifs semi automatiques de collecte, traitement et consultation des données à caractère personnel. Nous les mentionnions notamment dans PIERRE J., « Génétique de l'identité numérique. Sources et enjeux des processus liés à l'identité numérique », ***Les Cahiers du numérique***, vol.7, n°1, 2011, p.15-29. Le caractère fortement inesthétique du sigle DACTCDCP nous fait préférer l'appellation synthétique « dispositif identitaire », (DI). Nous reviendrons dans le chapitre 1 sur la construction des dispositifs identitaires.

[2] Nous citons quelques éléments emblématiques de ce débat sur la vie privée, éléments qui tous ont contribués à l'écriture, la réflexion et les échanges et sur lesquels nous reviendrons dans ce mémoire : mai 2008, traduction en français de l'interface du site ***Facebook*** ; juin 2008, promulgation du décret créant le fichier de police EDVIGE, suivie d'une campagne médiatique aboutissant à son abrogation ; septembre 2008, la presse parle plus d'EDVIGE que de ***Facebook*** ; octobre 2008 : lancement de l'enquête ***Sociogeek*** ; novembre 2008 : documentaire « Planète ***Facebook*** » diffusé dans l'émission Envoyé spécial ; mode des apéros géants et des flash mobs ; l'Affaire Tarnac (hiver 2008-2009) ; l'affaire Marc L***, <www.le-tigre.net/Marc-L.html> ; l'avènement du NSTIC aux États-Unis, ou d'***IdéNum*** en France (2009) ; les débats sur l'identité nationale (hiver 2009-2010) ; les cyber attaques contre ***Google*** (opération Aurora, janvier 2010) ; l'avènement de ***Wikileaks*** (tous les ***war logs*** de 2010, le ***cablegate*** et Anonymous (opération Payback) ; abandon du CV anonyme (2011) ; le scandale des fadettes dans l'affaire Bettencourt (2011) ; la sortie du film ***Social Networks*** (novembre 2011) ; l'adoption de la LOPSI2 avec le délit d'usurpation d'identité numérique (décembre 2011) ; les réussites économiques des entreprises françaises dans le domaine de la surveillance et de la gestion des identités (***spyfiles*** de ***Wikileaks*** en

été permis d'observer et manipuler des dispositifs sociotechniques mettant en jeu l'être et l'agir individuel dans la perspective du modèle socio-économique dominant. Notre travail entend donc se situer au point focal où convergent ces pratiques, ces dispositifs, ces discours, ces processus, ces niveaux d'analyse et ces enjeux. Or l'objet que nous plaçons au cœur de notre approche tend par nature à échapper à cette circonscription, tant les traitements des données personnelles opèrent par décontextualisation et recontextualisation, les dispositifs identitaires allant des données aux contextes, et vice versa.

POSTURE DE RECHERCHE

Est-ce que vouloir mener une recherche sur des questions de vie privée conduit irrémédiablement à entrer dans la vie privée des gens ? Comment collecter un matériau de recherche qui serait fait de données personnelles ? Quelle identité doit prendre le chercheur pour aborder celle des membres de la population qu'il entend observer ? Si les processus actuels opérant dans le cadre de la vie privée soulèvent des questions en termes d'enjeux, le processus de recherche sur ce cadre soulève également des questions, cette fois en termes d'enjeux scientifiques. Le problème auquel nous avons été confrontés est double : il tient à la complexité et à la nature des objets que nous observons.

Ce que nous appelons ici **complexité** tient du postulat que sont entrelacés des enjeux (anthropologique, économique, sociopolitique – et scientifique), des temporalités (temps long de procès socio-historiques, histoire interactionnelle, moment de communication situé *hic et nunc*), des espaces ou contextes (intimité, domicile, école, entreprise, espaces publics, sites web), des objets (smartphones, bases de données), des acteurs (entités individuelles ou collectives), et des pratiques sociales. Complexité accrue et dans le même temps résolue parce qu'elle mobilise une analyse multifocale (micro, méso et macro), ou comme nous le verrons « interdimensionnelle ». Nous récapitulons cette complexité ci-après :

décembre 2011) ; l'adoption de la loi sur « le fichier des gens honnêtes » (février 2012) ; la capitalisation de *Facebook* (mai 2012) ; etc.

Focales	Micro	Méso	Macro
Espaces	Vie privée, partie privative des réseaux socionumériques	Espaces sociaux d'activité : école, entreprise. Partie publique des réseaux socionumériques	Espace commun, espaces publics
Temporalité	Moments de communication situé hic et nunc	Histoire interactionnelle et cycle de vie des objets sociotechniques	Procès socio-historiques
Processus	Identification, socialisation, interactions sociales, transaction et prospection commerciales, communication interindividuelle, processus cognitifs,	Innovation, régulation, marchandisation, industrialisation, (re)documentarisation, commensuration	Processus civilisationnel, espace public et processus délibératif
Acteurs	Utilisateurs finaux, usagers, individus	Groupes sociaux, organisations, entreprises	États, groupes de nations, organismes transnationaux
Objets	Appareils, documents	Logiciels	Normes, lois, conventions sociales, standards techniques
Pratiques	Écriture / mémoire de soi, réputation	Pédagogie, management, surveillance	Administration nationale, contrôle social
Enjeux	**Anthropologiques**		
	Économiques		
	Sociopolitiques		

Tableau n° 1 : Interdimensionnalité des niveaux et des objets de recherche

La nature de la vie privée quant à elle **tient à son caractère contextuel**, des phénomènes de communication qui se déroulent à la fois *hic et nunc* et dans la continuation d'une histoire interactionnelle. Pour notre projet, il appartient au chercheur de se situer ici et maintenant, au plus près des utilisateurs, avec un accès à cette histoire, au cœur des espaces et des dispositifs, y compris des sites web, *et* dans la machine. Nous caractériserons cette méthodologie d'« immersion multi-située ». Dès lors, un deuxième postulat : ce sont les expériences du chercheur qui vont façonner les connaissances qu'il va produire. Ce sont les contextes dans lesquels il se meut, les rôles qu'il endosse, les sites qu'il fréquente, les gens qu'il côtoie, sa propre histoire avec la population et le terrain observés, son infra-ordinaire qui vont produire sa subjectivité. Celle-ci ne l'encombre pas, au contraire elle est « pratique » (elle nécessitera cependant d'être outillée). C'est par l'entremise de son identité, parce qu'elle est dans l'entre-deux, elle-même interdimensionnelle, qu'elle permet de démêler cet entrelacs.

Il nous faudra donc dans un premier temps rattacher la singularité du chercheur à son dispositif d'investigation sur le terrain, puis le rattacher à des cadres théoriques idoines.

…			
Démarche	Singularité du chercheur	Dispositif de recherche	Cadres théoriques

Tableau n° 2 : Interdimensionnalité de la méthode

Si l'on peut considérer sommairement notre objet – la vie privée – comme un espace de circulation des données personnelles attachées à une identité, notre problématique de recherche s'attachera cependant à **considérer la vie privée comme un « complexe de contextes », requérant dès lors un dispositif apte à se mener une observation en son sein**.

Les processus informationnels et communicationnels à l'œuvre dans la vie privée amènent à considérer les enjeux inhérents aux formes d'appropriation de l'identité et des données personnelles ainsi que les modes de régulation de leur décontextualisation. Cet entrelacement invite le chercheur à mettre en œuvre une méthodologie interdimensionnelle, seule capable d'embrasser les terrains, les objets, les acteurs, les stratégies et les enjeux.

Même si ce « complexe de contextes » concerne de vastes ensembles de populations (à l'échelle des nations[3]), nous avons limité notre recherche à un échelon évidemment plus modeste, mais pour lequel nous avions une connaissance et un accès correspondant à notre projet. Plus exactement, c'est l'accès à cette population d'apprentis en BTS et à l'observation de leurs pratiques qui a motivé notre projet de recherche ; c'est parce que nous avions déjà pénétré le « cadre privatif » des apprentis que nous avons compris qu'il y avait un cadre privatif, ce qui deviendra à la fois notre problématique et notre résultat de recherche.

Enseignant en BTS (en culture générale, en bureautique, en système d'informations, en méthodes d'administration, d'organisation et de communication) dans les filières du Tertiaire (administration,

[3] En décembre 2008, il y avait 33,8 millions d'individus recensés dans le Système de Traitement des Infractions Constatées (STIC, fichier de police automatisé enregistrant les victimes et les suspects ; source : rapport de la CNIL remis au premier Ministre le 20/01/2009, <www.cnil.fr/fileadmin/documents/approfondir/dossier/Controles_Sanctions/Conclusions des controles STIC CNIL 2009.pdf>). Le site *Facebook* revendique près de un milliard de membres. La base de données biométriques *Aadhar*, déployée en Inde, concerne plus d'un milliard de personnes. C'est également le nombre d'abonnés déclaré par le site *Facebook*. *Visa* et *Mastercard* estiment qu'il y a deux milliards de cartes de paiement en circulation sur leur réseau. C'est aussi le nombre d'internautes dans le monde que présente l'Union internationale des télécommunications ; de même estime-t-elle qu'il y aurait 5,4 milliards d'abonnements à une ligne de téléphonie mobile (chiffres de 2010). Sources : <www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/index.html>, <www.annualreport.visaeurope.com> et <www.mastercard.com/us/company/en/ourcompany/index.html>). Tous sont susceptibles d'utiliser les services de *Google*.

commerce, comptabilité), j'ai côtoyé pendant le temps de la recherche plusieurs centaines d'étudiants, la plupart inscrits sous le régime de l'alternance professionnelle. Je me suis attaché plus particulièrement à l'observation des classes de la promotion 2008-2010 (cinq groupes-classes : Assistants de Gestion, Assistant de Manager, Management d'Unités Commerciales, Négociations et Relations Clientèles, Comptabilité et Gestion des Organisations), au sein desquelles j'ai constitué un **échantillon de référence** pour des traitements et des entretiens individuels (10 individus). J'ai mené des **entretiens collectifs** avec les autres. Certains apprentis ou groupes étaient informés de ma démarche, résumée dans le fait d'être « ami » avec eux sur *Facebook*. Dans quelques cas, ce lien s'est vu complété par des formes de confidence, de proximité, de sympathie. Certains groupes ou apprentis connaissaient mon dispositif de capture de leurs productions éditoriales sur le site web. D'autres ignoraient jusqu'à mon statut de chercheur, et donc la lecture que je pouvais avoir de leur engagement sur le site web. Selon le degré de franchise de l'activité de recherche que je menais avec eux, quelques variations ont pu apparaitre dans les résultats. À ce premier dispositif, mixant statistique informatique et proximité microsociale, j'ai rajouté des **éléments propres au temps de cours** : observations de l'usage des TIC et des TICE, de leur modes de socialisation dans le centre de formation et en entreprise, recueil d'exercices et d'échanges sur des thématiques proches de mon sujet de thèse. Enseignant, parfois confident, visiteur en entreprise, j'ai eu accès aux différents sites où l'apprenti éprouvait les normes socioprofessionnelles du monde adulte, et dont l'écho se retrouvait en ligne. Si une partie du dispositif est formelle, de nombreuses observations et discussions ont eu lieu **de manière informelle** (sans qu'il me soit possible de l'enregistrer) : au détour d'un couloir, au réfectoire du centre de formation, devant le portail où se réunissent les fumeurs, sur les banquettes du bus de la ligne 13, dans les repas de fin d'année organisés par les jeunes, etc. Cette dimension informelle est aussi très présente dans les échanges que j'ai eus avec mes collègues enseignants et responsables pédagogiques : au-delà d'un questionnaire administré en face-à-face avec quelques-uns d'entre eux, l'essentiel des résultats provient là aussi de discussions parallèles à l'activité de cours, dans des espaces autres que la classe (mais finalement les mêmes que pour les apprentis, en plus des conseils de classe).

Après un travail exploratoire en vue de la rédaction d'un chapitre d'ouvrage[4], nous avons administré un **questionnaire en ligne** dédié à faire ressortir « les usages et représentations des réseaux socionumériques », d'abord ouvert aux apprentis de tous nos groupes-classes, puis

[4] MARTIN-JUCHAT F., PIERRE J., « Facebook et les sites de socialisation : une surveillance librement consentie », in GALINON-MÉLÉNEC B. (dir.), *L'Homme trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines*, Paris : CNRS Éditions, 2011, 410 pages : 105-125

médiatisé *via* courrier électronique et réseaux socionumériques (392 réponses exploitables pour 547 répondants ; plus de 110 questions fermées). Si le mode d'administration interroge justement l'identité numérique (qui répond ?), les résultats font valoir également la difficulté d'approcher une même population (les apprentis n'ont que très peu répondu), et la présence massive d'une autre population habituée à ce genre de dispositif d'enquête (tout un ensemble de professionnels de l'information-documentation et de la communication opérationnelle).

Cette démarche ne permet pourtant d'accéder qu'à une frange de notre complexe : seul un contexte, microsocial mais néanmoins particulièrement pertinent, a pu être abordé. C'est pour faire valoir cette pertinence que nous ferons immédiatement précédés ces résultats par la présentation de notre méthodologie, consacrée uniquement à cette problématique (chapitre 5). Cependant, deux autres domaines restent opaques : le domaine technique et celui des acteurs économiques.

Pour le premier domaine, Bernhard RIEDER, un chercheur en SIC ayant travaillé sur l'informatique des sites de rencontre[5], le résume ainsi : « Comment examiner et contrôler des techniques en boîte noire ? », (RIEDER, 2010)[6]. Les algorithmes de traitement des données personnelles et les serveurs sur lesquels ces données sont enregistrées relèvent tous du secret : secret professionnel dans les entreprises, secret défense pour les institutions[7]. Cependant, un mouvement de transparence (***open data***) et d'interopérabilité commerciale (API) a conduit certains acteurs à mettre à disposition des développeurs informatiques (et dans le même temps des chercheurs) les éléments de langage informatique utilisés dans leur dispositif. C'est notamment le cas du W3C, de ***Facebook***, et partiellement de ***Google***. Des techniques d'ingénierie inverse[8] et des applications accessibles en ligne ont également permis de saisir les mécanismes à l'œuvre dans les navigateurs web. Cette

[5] B. RIEDER travaille dans le laboratoire *New Media and Digital Culture* (Amsterdam) de Richard ROGERS. Nous ferons grandement référence aux concepts de politique informationnelle de R. ROGERS tout au long de notre travail.

[6] RIEDER B., « Pratiques informationnelles et analyse des traces numériques : de la représentation à l'intervention », ***Études de communication***, vol.2, n°35, 2010, p.91-104

[7] Une illustration de ces difficultés : nous avons pris contact avec les administrateurs du NIR, le Numéro d'Inscription au Registre (aussi connu sous le nom de numéro de sécurité sociale, ou n°INSEE). Voici leur réponse : « DG75-Publication XML DG75-PUBL-XML@insee.fr - 2012, May 9 - to Julien PIERRE. Bonjour Monsieur, Nous ne pouvons malheureusement pas répondre à vos questions : le système d'information qui gère le NIR fait l'objet d'une classification de sécurité élevée qui nous interdit de communiquer ses caractéristiques. Cordialement, Franck Cotton, Secrétariat général informatique, INSEE »

[8] L'ingénierie inverse consiste à partir des résultats pour deviner le mécanisme causal : par exemple, des expériences en référencement permettent de s'approcher des algorithmes utilisés par ***Google***. La lecture des décrets permet de découvrir quelles sont les données collectées par les fichiers de police, et donc de retrouver le modèle conceptuel des bases de données mises en place.

compréhension prend également appui sur les connaissances acquises et mobilisées lors des cours d'informatique et de systèmes d'information que nous avons assuré par ailleurs.

Le deuxième domaine concernant les logiques d'acteurs aurait pu être traversé par des entretiens avec les concepteurs des dispositifs, les législateurs et les médiateurs : une liste de personnalités au sein du W3C, de l'OCDE, de la CNIL, et des acteurs du web (dirigeants, ingénieurs) a été établie et des demandes d'entretiens leur ont été envoyées (parfois grâce aux concours d'entremetteurs). Malheureusement, il ne nous a pas été possible de mettre en correspondance nos emplois du temps respectifs. Ce défaut a toutefois a partiellement couvert par un système de veille informationnelle puisant dans les espaces de conversation et documentation en ligne de ces organismes, dans les blogs personnels de leurs membres et dans les commentaires qu'ils laissaient chez les uns ou les autres, par des entretiens accordés aux médias et par différentes traces numériques[9].

À travers cet ensemble d'observables, nous faisons nôtre le vœu de construire un parcours qui irait d'une dimension anthropologique à une dimension industrielle, un parcours socio-historique articulant technique et social, information et communication, sémiotique des données et pragmatique de leur contextualisation, un parcours situé au plus près des dispositifs, dans leur architecture et chez leurs usagers, un parcours assumant la singularité des méthodes et des terrains et la « reliance des savoirs »[10], des champs et des enjeux. Dans la conférence qu'il donna lors de l'inauguration du 18ème Congrès de la SFSIC (Rennes, 2012), Bernard MIÈGE proposa, entre autres préconisations, d'**adopter des « méthodologies interdimensionnelles »**[11]. C'est à ce niveau que nous entendons également situé notre travail.

[9] La plateforme de veille informationnelle est présentée en annexe 1.

[10] Edgar MORIN, à qui nous empruntons ce terme (qu'il emprunte lui-même au sociologue Marcel BOLLE DE BAL et qu'il définit comme le projet « d'articuler ce qui est séparé et de relier ce qui est disjoint »), parle également d'une nécessaire transdisciplinarité. Cette volonté rejoint celle des sciences de l'information et de la communication d'être une interscience (voir note suivante). MORIN E., « La stratégie de reliance pour l'intelligence de la complexité », *Revue Internationale de Systémique*, vol.9, n° 2, 1995. BOLLE DE BAL M. (dir.), Voyages au cœur des sciences humaines. *De la reliance*, Paris : L'Harmattan, 1996. Le terme fera école en donnant lieu à une revue et une université.

[11] Dans le tome 1 de L*a société conquise par la communication* (1989), Bernard MIÈGE appelait à mettre en œuvre des « méthodologies intersciences ». En 2000, il définissait l'interdisciplinarité comme la possibilité de « relier, autour d'axes de recherche, si possibles bien spécifiés, des méthodologies provenant de disciplines différentes et de les faire interagir » (MIÈGE B., « Les apports à la recherche des sciences de l'information et de la communication ». *Réseaux*, 2000, volume 18 n°100. p.558). Le passage à une interdimensionnalité montre la préhension des questions de niveaux et d'enjeux nécessaire à la compréhension des processus informationnels-communicationnels.

HYPOTHÈSES, CONCEPTS ET ANNONCE DU PLAN

D'emblée, adopter une méthode interdimensionnelle semble peu compatible avec la linéarité du récit, c'est pourquoi nous ne pourrons faire l'impasse sur des répétitions, des renvois, des compléments d'un chapitre à l'autre : « le mode hypertextuel aurait sans doute été le plus adapté à la démarche », (MIÈGE, 2007 : 212)[12]. De même, cette méthode prend appui sur un certain nombre d'approches théoriques pour lesquelles il nous semble incompatible de faire preuve de favoritisme ou de surdétermination. Notre propos n'est donc pas celui d'un spécialiste dans l'un de ces champs (ou dans l'un des auteurs de référence), mais d'une interface entre eux.

Notre hypothèse primaire est que les enjeux liés aux processus informationnels-communicationnels de l'identité médiatisée par ordinateur, du traitement industriel des données personnelles et des médiations de la vie privée sont multiples, à la fois anthropologiques, économiques et sociopolitiques. Nous supposons toutefois qu'un point de convergence se trouve à l'intersection des pratiques microsociales, des logiques socioéconomiques et du champ de l'espace public : dans cette configuration sociotechnique, les acteurs négocieraient la régulation des transferts intercontextuels de données personnelles sur la base de l'identification de rôles et la distribution de droits entre titulaire et récipiendaire des données personnelles, opérateurs des dispositifs identitaires et bénéficiaires en finalité. Partant de là, notre développement s'articule autour de trois hypothèses, développées dans chaque partie, chacune prenant appui sur un cadre théorique et socio-historique spécifique : la privatisation de l'institution nominale, la médiatisation du projet identitaire, l'articulation entre vie privée et espace public. Notre hypothèse générale est alors que l'étude des tactiques et stratégies à l'œuvre au sein des réseaux socionumériques est une clé de compréhension de ce qu'est la vie privée.

I[ère] partie : **la privatisation du cadre de l'institution nominale amène à concevoir un modèle socio-économique actualisant les logiques informationnelles et communicationnelles attachées aux données personnelles, à l'identité et à la vie privée**.

Le premier chapitre présente le cadre de « l'institution nominale », revenant sur « la notion de cadre », dans une filiation partant de BATESON et GOFFMAN, puis empruntant les chemins de la sociologie des usages (FLICHY, 1995, 2004) et de la sémio-pragmatique (ODIN, 2011). Les notions de cadre participatif, de cadre de référence (de fonctionnement et d'usage), et d'espaces de

[12] Nous avons le projet d'opérer la remédiation de ce mémoire sous une forme hypertextuelle à travers la construction d'un site web dédié.

communication (de contraintes, en production et réception) seront mobilisées tout au long de notre développement. À ces cadres seront associés des dispositifs d'instanciation, combinant acteurs, documents, discours, appareils et stratégies : en rapport avec notre objet, nous définirons alors les dispositifs identitaires comme instanciation du cadre de l'institution nominale.
Le temps long des pratiques identitaires retrace le procès sociohistorique depuis les premiers dispositifs identitaires chargé de décrire l'effort individuel (de l'esclave à l'ouvrier), de compter les populations (du recensement aux cartes d'identité) pour finir par une globalisation de la surveillance (des insurgés aux citoyens). Il ressort de ce procès que *l'institution d'un nom viserait à prémunir la société contre l'anomalie de ses membres*, une logique assurantielle qui finirait par s'appliquer à tout le monde (MATTELART, 2008).

Nous nous attèlerons à repérer les critères opérants des dispositifs contemporains. À partir d'un tableau synthétisant les critères de différenciation, à travers l'opposition d'EDVIGE, fichier de police et de *Facebook*, réseau socionumérique, les fonctions de sas et de moniteur dans un premier temps, puis le mode de saisie endogène seront des éléments récurrents dans la suite de notre analyse.

Le chapitre deux s'attache au niveau informatique des dispositifs identitaires en détaillant le modèle conceptuel de leurs bases de données, quel que soit le paradigme de données emprunté (modèle relationnel de CODD 1970 ; modèle orienté objet ou modèle du réseau sémantique). À partir d'un ensemble de définitions, l'empreinte numérique qu'un individu occupe dans un dispositif identitaire pourra être appréciée à l'aune des vœux d'universalité ou de globalisation des concepteurs (BERNERS-LEE, 2006). Toutefois, leur démarche n'échapperait pas à un certain constructivisme repliant la réalité sur les choix du modèle adopté, et limitant par la représentativité les possibilités d'intervention des acteurs sociaux.
Sur cette base cependant des outils d'énonciation éditoriale se construisent, dont nous présenterons trois exemples : *Facebook*, avec la production de contenus, de traces, de liens et de conventions ; *WordPress* : avec la production d'une communauté et d'ontologies ouvertes ; un centre de supervision urbaine avec les formes de contournement dans la représentation et l'intervention. Ces trois exemples font ressortir des critères de différenciation entre les espaces de production et de réception des dispositifs identitaires.
Dans le registre des dispositifs identitaires exogènes, la gestion des identités repose également sur une couche technique mise au service de politiques entrepreneuriales ou nationales. Le cas du NSTIC (*National Strategy for Trusted Identites in Cyberspace*) est un exemple d'articulation entre la couche technique, des décisions politiques, des enjeux de marché et des pratiques sociales en devenir. Ce projet recèle ainsi des enjeux sociétaux, d'une part en termes de vie privée, mais

également en prescrivant des modes de transactions. Enfin, un tel projet marque également une forme de délégation du pouvoir régalien de l'institution nominale à des acteurs privés. De telles opportunités conduiraient à la *restructuration d'une filière que nous appelons industries de la certification d'identité*, hybridant des entreprises et des compétences issues des milieux militaires et sécuritaires.

La notion de réputation semble recouvrir cet espace de médiation des données personnelles que composent les espaces de production et de réception des dispositifs identitaires (chapitre trois). Agissant entre les individus, nous proposons, par une approche phénoménologique, de l'intégrer dans des logiques informationnelles-communicationnelles et de l'étudier à travers ses techniques (« capture » de AGRE, 2003 ; « documentarisation » de PÉDAUQUE, 2006, 2007 ; computation, « commensuration » d'ESPELAND & STEVENS, 1998). En servant de prescripteur d'engagement dans un espace asynchrone, la réputation apporterait un double bénéfice, à celui auprès de qui elle est attachée, et à l'opérateur du dispositif de prescription. Là aussi, de telles opportunités conduiraient à la *restructuration d'une filière que nous appelons industries de la réputation*, hybridant des acteurs traditionnels issus de l'édition et de la gestion du risque financier et des entreprises issues de l'économie numérique. Le cas du groupe publicitaire WPP est emblématique de cette structuration.

Nous proposons de repartir de la grille d'analyse et des modèles socio-économiques des industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC ; MIÈGE, MŒGLIN, TREMBLAY, LACROIX, BOUQUILLION, REBILLARD *et al.*) pour d'une part établir le partenariat entre les industries de la certification d'identité et celles de la réputation (ICIR), et d'autre part entre les ICIR et les ICIC : *en identifiant l'espace de production des comportements d'achat et l'identité des prospects et en maitrisant l'espace de réception des prescripteurs d'engagement, les ICIR pourraient réduire les aléas de la commercialisation des biens culturels*. Cependant, les spécificités informationnelles-communicationnelles des réseaux socionumériques amènent à proposer un nouveau modèle socio-économique, que nous appelons « modèle du salon », hybridant les cinq modèles (deux modèles historiques et trois déclinaisons) existants auxquels il rajoute la production de contenus anecdotiques en mode endogène, la partition entre titulaire et opérateur en espace de production, et récipiendaire en espace de réception : espace pour lequel ces quatre acteurs ont la possibilité de déterminer le cadre privatif, c'est-à-dire les possibilités de décontextualiser les contenus anecdotiques.

Le « syndrome transcontextuel » (BATESON ; RUHLEDER & STAR, 2010) désigne les problèmes de transfert de types de connaissance et de modes de comportement entre les différents acteurs impliqués dans une « infrastructure informationnelle » (BOWKER & STAR, 1999). Les réseaux

socionumériques et les dispositifs identitaires étant basées sur ce type d'infrastructure, et étant donné la contrainte de régulation du cadre privatif en raison du risque de décontextualisation, il est nécessaire de repérer les syndromes transcontextuels de *Facebook* ou *Google*. C'est surtout sur ce dernier que s'arrêtera l'analyse, à travers ses choix de politiques informationnelles (ROGERS) sur l'usage de l'identité civile dans ses services en ligne : il apparaitrait ainsi que *Google passe d'un écosystème documentaire à un écosystème identitaire*. Nous conservons pour la deuxième partie l'étude des syndromes transcontextuels propres à *Facebook*.

II^{ème} partie : **l'appropriation des dispositifs identitaires cristallise des pratiques individuelles liées au projet identitaire et des pratiques liées à une veille réciproque de l'ancrage des normes sociales**.

L'injonction à être soi dans un monde de normes, caractéristique de la société occidentale, est une forme de double contrainte propre au syndrome transcontextuel. Le chapitre quatre dresse le procès sociohistorique (sur la base de propositions philosophiques et psychologiques) ayant conduit à l'impératif du projet identitaire : de l'objectivation psychogénétique à l'intersubjectivation, de l'ipséité jusqu'à l'instabilité de l'intime. Hérault de la condition humaine individuelle et collective, l'identité devient cette notion-écran avec laquelle nombre de chercheurs et d'intellectuels ont outillé des revendications politiques, parasitant son approche objective. Décomplexée depuis l'émergence des TIC, *l'identité redeviendrait objet de recherche en fournissant des clés de lecture pour les processus informationnels et communicationnels attachés à l'identification et à la socialisation médiatisée par ordinateur* (PÉRÉA, 2010 ; GEORGES, 2007, 2009, 2010 ; CARDON, 2008 ; COUTANT & STENGER, 2010). Néanmoins, les enjeux et la nature même de l'objet oblige à adopter une méthodologie spécifique.

Sites et appareils collectent et traitent des données personnelles, cercles sociaux et organisations requièrent des identités, contextes juxtaposés et processus transverses reconfigurent les frontières de la vie privée : partant de là, nous proposons d'adopter une méthodologie multi-située (MARCUS, 1995), apte à nous situer aux plus près des enjeux, des dispositifs et des usages ; pour dépasser la notion-écran, mais surtout pour pénétrer l'espace de la vie privée où se produisent les contenus anecdotiques, nous proposons également d'emprunter une méthodologie immersive (ANDRIEU, 2011). Ainsi, nous avons construit chapitre cinq un dispositif susceptible de fournir des éléments observables dans le cadre de notre développement : en transformant le cadre de notre activité d'enseignant, en capturant des productions éditoriales et en interrogeant des usagers, mais surtout en nous situant au cœur de leur complexe de contextes. Un retour critique sur ce dispositif amène à le considérer comme un dispositif de surveillance, mais sans les problèmes de décontextualisation. Ainsi, nous nous sommes intéressé à une population de jeunes adultes en

apprentissage dans laquelle nous avons identifié *une figure du sujet contemporain*, soumis à de multiples contraintes (famille, école, entreprise, société), encore engagé dans un projet identitaire (devenir un adulte et un professionnel), projet de surcroit médiatisé avec *Facebook*, dispositif dans lequel ces apprentis semblent pleinement immergés.

Le chapitre six prend appui sur les résultats provenant du dispositif d'immersion multi-située. Un premier élément signale le cadre normé de l'émancipation : à la difficulté d'inscrire le projet identitaire dans les espaces traditionnels viendrait se juxtaposer les potentialités du réseau socionumérique. L'expérimentation d'un soi autonome permise par le dispositif identitaire, si elle peut conduire à quelques errements, renvoie surtout le sujet à l'apprentissage du cadre social de la vie adulte (vices et politesse). Un deuxième résultat montre que si les productions éditoriales restent centrées sur des attentes personnelles, les usagers entremêlent la production de lien social en ligne et en face-à-face, sans discrimination ni discontinuité. Enfin, un dernier élément manifeste la cristallisation de pratiques microsociales de veille entre pairs, sur le mode du consentement et de l'assistance et conduisant à une forme de commensuration du projet identitaire en regard des normes sociales.

III^{ème} partie : **les formes de décontextualisation propres à la délégation de contenus anecdotiques conduisent à mettre en place des négociations à plusieurs niveaux entre des acteurs interdépendants (au niveau microsocial dans les interactions individuelles et au niveau méso dans les configurations d'acteurs socioéconomiques).**

Le chapitre sept s'attache à construire le concept d'*espace anecdotique* : celui-ci s'intercale entre la vie privée et l'espace public, en reprenant les constructions théoriques faites *a posteriori* des périodes gréco-romaines. De la même manière que les usagers des réseaux socionumériques expérimentaient auprès de pairs identifiés leur apprentissage des normes sociales, nous supposons que dans le même espace s'expérimentent des opinions, des postures, des places, des faces et des rôles que le sujet teste auprès de ses proches avant de les assumer en public. Notre hypothèse est que cette construction est ancrée dans les expériences affectives, et que leur intellectualisation participe à la formation discursive des opinions. Toutefois, le revers de cette hypothèse est que si un tel espace est présent dans les réseaux socionumériques, ses spécificités influencent l'agir communicationnel qui s'y tient de la même manière que le modèle socio-économique « contamine » l'espace public instancié par les médias. Ainsi, nous verrons dans quelles mesures le cadre de fonctionnement d'un espace anecdotique à infrastructure médiatique influe sur les registres d'action communicationnelle, en les mettant sous l'emprise d'un mode procédural et d'une acception marchande de l'étant et de l'agir. Selon nous, de tels modes produiraient un lissage comportemental chez les usagers, et l'instrumentalisation et la marchandisation de la

communication affective par le biais des TIC placeraient le procès de civilisation dans le cadre socio-économique des concepteurs des dispositifs identitaires en mode endogène (MARTIN-JUCHAT & PIERRE, 2011).

Toutefois, la considération de tels enjeux est pour l'instant reléguée à la seule régulation des transferts de données d'un contexte à un autre. La considération d'un tel chantier est néanmoins pour nous le moyen d'éclairer encore mieux la compréhension de ce qu'est la vie privée et des dispositifs qui la prennent pour instance. Les formes de régulation que nous présentons chapitre huit visent en effet à articuler les dimensions techniques et sociales avec les dimensions micro et macro. En repartant de l'inanité de considérer comme neutre des dispositifs de capture, ainsi qu'en repartant du syndrome transcontextuel de la communication anecdotique et des attentes en termes de protection, nous proposons de lister trois formes de régulation de la vie privée : une première forme légale, également inscrite dans un temps long ayant la particularité de fonctionner sur un mode ventriculaire. En effet, les corpus réglementaires relatifs à la vie privée alternent entre un excès de traitement et de protection. Les dernières tendances discernables dans les textes de loi sont en faveur du titulaire. Elles montrent également l'impossibilité de réguler sans connaissance de la dimension informatique des mécanismes de traitement des données personnelles. Nous verrons d'ailleurs que la deuxième forme de régulation – logicielle – peut d'ailleurs s'avérer être l'instigatrice de la précédente, et que de nombreux éditeurs de logiciel de navigation prennent la protection de la vie privée comme levier de différenciation face à leurs concurrents. Toutefois, les innovations techniques proposées restent focalisées sur le cadre de fonctionnement des logiciels sans prendre en compte les pratiques sociales à l'œuvre dans le cadre d'usage. C'est ici qu'intervient la troisième forme de régulation ; mêlant bricolage de l'interface et pratiques langagières. L'analyse de ces régulations nous amène à deux résultats : le premier concerne les stratégies des acteurs socio-économiques, et les rapports d'influence qu'ils ont entre eux, notamment au sein des organes de régulation et d'innovation. Nous emprunterons à Franck REBILLARD le terme de « configuration sociotechnique » pour définir les différentes formes de régulation de la vie privée : ce concept a pour nous le mérite d'associer temporalité, focales, acteurs. À partir de là, la deuxième proposition résultant de cette conceptualisation permet d'élargir l'analyse au-delà des réseaux socionumériques et des formes de communication médiatisée par ordinateur, et de rebasculer à la fois dans le microsocial et dans le lieu de la théorie. Nous proposons en effet de conclure notre travail par le concept de « cadre privatif », présenté comme ensemble de contraintes identitaires portant sur les différentes formes de médiation d'une subjectivité située. Le schéma actanciel de ce cadre privatif met en relation de confiance titulaire et récipiendaire d'une part, et de l'autre opérateur et bénéficiaire. Chacun modèle ensuite le cadre

entre aménagement, négociation, appareillage et institution sociale. De même, des modulations sur l'explicitation du cadre ou l'implication de tiers inclus permettent de cerner la définition du cadre privatif. En conclusion, c'est un vaste procès de privatisation qui a cours, dont les enjeux rejoignent ceux de la privatisation du cadre de l'institution nominale et des registres d'action communicationnelle.

Ière PARTIE, **LES FORMES DE PRIVATISATION DANS LE CADRE DE L'INSTITUTION NOMINALE**

« L'homme n'a cessé d'être un animal
que le jour où il a construit le premier mur »

Eugène ZAMIATINE[13]

"Those who would sacrifice
liberty for security
deserve neither"

Richard JACKSON[14]

L'identité fait partie de ces concepts, dans lesquels s'investissent des acceptions, des pratiques, des notions souvent hétérogènes. Pour Bernard MIÈGE, il est des « notions-écran »,

[13] ZAMIATINE, *Nous autres*, Paris : Gallimard, coll. « L'imaginaire », 1920 : 96. Le roman de science-fiction du russe Eugène ZAMIATINE inspirera G. ORWELL pour son *1984* et A. HUXLEY pour son *Meilleur des Mondes*

[14] « Ceux qui voudraient sacrifier leur liberté pour plus de sécurité ne méritent ni l'une ni l'autre », Richard JACKSON, avocat et homme politique britannique (1721-1787)

derrière lesquelles se cache le chercheur – notamment –, considérant l'identité comme un allant-de-soi que tout un chacun serait capable de conceptualiser de manière… identique. Un travail de déconstruction et de reconstruction du concept est alors nécessaire[15]. Cette première partie propose de fournir des éléments de compréhension de l'identité : la notion de cadre sera donc la première à être présentée. Elle nous servira de fil conducteur tout au long de la thèse – à considérer ici comme un dispositif, et ce jusqu'à sa partie terminale consacrée au cadre privatif.

Donner un nom permet de faire entrer un objet, un individu, une entité, dans un cadre spécifique. La nomenclature serait indispensable dans l'espace social : gage d'identité, l'attribut du nom serait aussi le gage d'une reconnaissance conduisant à l'altérité. Néanmoins, si les bénéfices sociaux semblent évidents, il nous semble prépondérant de s'interroger en termes d'information sur la forme du nom, sa formation, et l'identité de celui qui informe le nom et l'inscrit dans un cadre, cadre qu'il conçoit ou relaie. Nous proposons dans cette partie de revenir sur les déterminismes du cadre de l'institution nominale. **En s'attachant au processus sociohistorique de l'institution du nom, nous verrons que les acteurs du cadre nominal ont reproduit en son sein leur cadre épistémique, mêlant stratégies économiques et idéologies politiques, conduisant à une privatisation du pouvoir régalien de l'administration des identités.**

[15] C'est à l'occasion du XVIII[ème] congrès de la SFSIC que Bernard MIÈGE fait référence aux « notions-écrans », préconisant de s'en éloigner dans le travail de recherche. Le lendemain, le prix du jeune docteur est remis à Gustavo GOMEZ-MEIJA, un Colombien que la circulaire Guéant menaçait d'extradition. Sa recherche doctorale, intitulée *De l'industrie culturelle aux fabriques de soi ?* porte sur les « enjeux identitaires des productions culturelles sur le Web contemporain » (GOMEZ-MEIJA, 2011). Dans la brève allocution qui suit la remise de son prix, il s'approprie la référence de B. MIÈGE, déclarant nécessaire d'aller derrière l'écran pour investiguer l'identité. Un même mouvement nous anime, à la différence que l'identité et la vie privée que nous proposons d'étudier vont au-delà des seuls réseaux socionumériques.

Chapitre 1 L'INSTITUTION DU NOM

« Rien ne devrait recevoir un nom,
de peur que ce nom même ne le transforme. »

Virginia WOLF

L'invention et l'écriture du nom s'inscrivent dans le cadre immuable du temps long, depuis les premiers mythes jusqu'aux avatars contemporains des données personnelles, numériques ou biométriques et des réseaux socionumériques. Nous proposons dans ce chapitre d'en aborder les techniques, les acteurs, les finalités.

1. La notion de cadre

1.1, Du message-cadre à la configuration

La notion de cadre a elle-même subit un cadrage théorique depuis l'amorce faite par BATESON (A). GOFFMAN et ELIAS en proposent deux compléments : nous ne les présentons pas de manière chronologique, mais en allant du microsocial, le cadre participatif (B) au concept plus englobant de configuration (C).

A, Le message cadre de G. Bateson

Dans le cadre de ses recherches, l'anthropologue Gregory BATESON[16] part de l'observation chez les singes des moments de jeu collectif : il constate l'émission du message-cadre

[16] Gregory BATESON est d'abord anthropologue, par sa formation d'une part, et par l'ancrage de ses travaux dans la discipline (en amont comme en aval). Cependant, ses recherches l'ont également conduit vers (et sont également mobilisées par) l'ethnographie (au niveau méthodologique), la psychologie clinique (avec la double contrainte), la sociolinguistique (avec le message-cadre), l'épistémologie (avec l'abduction). Nous nous référerons à lui en tant qu'anthropologue, selon les catégories génériques de discipline.

« Ceci est un jeu » (“*This is play*”)[17] grâce auxquels les acteurs de la situation (ici les singes, le jeu) comprennent les règles d'interactions et d'interprétations des faits sociaux qu'ils vont acter/jouer. En partant de ce méta message (parfois non articulé, et pas nécessairement que chez les animaux), BATESON va définir le cadre du jeu comme un ensemble de négations : « Le jeu est une classe de comportements définis par le moyen d'une négation mais qui ne sont communément pas équivalents aux comportements niés par la négation ». Ainsi, le singe qui se fait mordiller comprend par le message-cadre qu'il ne s'agit pas d'une attaque (fait social), même si le geste correspond à une morsure ainsi qu'il aurait été interprété sans le message-cadre. Pour BATESON, cette appréciation du message et la construction d'un cadre raisonné sont encore plus opérants chez l'humain, qui rajoute le niveau symbolique.

Nous retenons de cette courte présentation deux éléments :

- un cadre se communique pour que les acteurs comprennent et façonnent les interactions qui vont s'y dérouler. Cela sera valable aussi bien pour définir l'exercice de la thèse, le terrain de la thèse (théorique et empirique) et l'objet final (la cadre privatif). Pour formuler une première série de questions : ***primo***, quel est le cadre d'une thèse, et de celle-ci en particulier ? ***Deuxio*** : quels sont les messages-cadres de la vie privée ? Comment savoir qu'un agir se déroule dans le cadre privatif ? Dans le numérique connecté (i.e. le web), quels sont les messages-cadres, sur ***Facebook*** par exemple ? Sont-ils équivalents ou bien au contraire incompatibles ? ;
- la proposition de BATESON va servir d'heuristique pour toute une sociologie, des interactions (GOFFMAN) aux usages (FLICHY). Comme pour la question précédente, les apports de chacun vont nous permettre de circonscrire un ensemble de questions, et un ensemble de concepts et notions pour y répondre.

B, Le cadre participatif d'E. Goffman

Erving GOFFMAN[18] reconnait volontiers son emprunt à BATESON de la notion de cadre[19] : l'anthropologue « traite de la distinction entre le sérieux et la plaisanterie, dit-il, et nous invite à

[17] BATESON G., “*The Message 'This is play'*”, *in* Schaffner B. (dir.), ***Group process. Transaction of the Second Conference***, New York : Conférence Macy, 1956, p.145-242

[18] Comme G. BATESON, E. GOFFMAN est diplômé d'anthropologie. Il s'est par la suite spécialisé en sociologie, puis en microsociologie. Comme pour BATESON, nous nous référerons à lui avec l'intitulé générique de sociologue. Cette note et la précédente signalent qu'au-delà de considération épistémologique et disciplinaire, la catégorisation scientifique relève également d'une clôture dans la réalité des pratiques individuelles des

considérer l'expérience comme quelque chose de très étonnant, puisque toute activité sérieuse peut servir de modèle à différentes versions non sérieuses de cette même activité ; de sorte qu'il sera impossible, dans certaines circonstances, de distinguer la situation réelle de sa version ludique » (1974 : 15)[20]. À ceci près que GOFFMAN fait disparaitre le mode ludique pour investir d'autres formes d'expérience sociale (au travail par exemple, ou dans les relations de service). Pour cela, il conceptualise le cadre d'expérience en le classant de différentes manières :

- il distingue à l'intérieur des cadres primaires ceux dit naturels (tel le lever du soleil) et ceux dit sociaux (tel les rituels du réveil) ;
- à côté de cela, il distingue à l'intérieur des cadres transformés ceux dit modalisés : « une transformation qui ne se cache pas », (1974 : 283), l'examen du permis de conduire par exemple ; et ceux dit fabriqués : « une transformation qui se cache », (1974 : 94). Ainsi dans une émission de caméra *cachée*, le spectateur, le présentateur et ses complices savent dans quel cadre se joue la scène (fabrication), alors que la victime croit être dans ce que GOFFMAN appelle une « activité franche ».

Nous voyons déjà ici que cette notion est utile pour décrire une partie du dispositif d'enquête mis en place pour cette thèse : le temps de cours est-il un cadre modalisé (celui de la formation) ou transformé (celui de l'observation) ? Nous verrons également que ce modèle peut interroger les interactions sociales quand elles sont médiatisées par ordinateur : dans quel cadre est écrit un message sur *Facebook* ? Quel agent le délimite ? Dans la mesure où ces messages connaissent une « audience invisible »[21], dont les publicitaires, les recruteurs, les services de renseignement, les pervers et autres curieux font partie, peut-on affirmer qu'il s'agisse d'une fabrication ? Ou, quand elles se déroulent à l'intérieur de la vie privée, savoir qui est inclus dans le cadre d'énonciation ?

---

chercheurs, et pose la question du réductionnisme à une seule étiquette pour couvrir la pluralité des activités d'une entité. Périphérique, cette question rejoint néanmoins la problématique d'articulation des données et des contextes.

[19] « Nous nous servirons abondamment du terme de "cadre" tel que l'entend Bateson. Je soutiens que toute définition de situation est construite selon des principes d'organisation qui structurent les événements - du moins ceux qui ont un caractère social - et notre propre engagement subjectif. Le terme de "cadre" désigne ces éléments de base », (GOFFMAN, *Les cadres de l'expérience*, 1974 : 19). Analyste d'un agir dramaturgique avec mise en scène et cadrage, GOFFMAN emprunte beaucoup à la métaphore cinématographique : à la fois d'un point de vue pictural mais également dans la capacité de l'acteur à endosser ou quitter son rôle dès que le clap retentit.

[20] GOFFMAN E., *Les cadres de l'expérience*, Paris : Minuit, (1974), 1991

[21] BOYD d. m., "*Social Network Sites: Public,Private or What ?*", *The Knowledge tree*, vol.13, 2007. En ce qui concerne danah boyd, les minuscules sont de rigueur, conformément au vœu de l'auteure qui préfère pour des raisons de biographie personnelle (boyd est son matronyme), esthétique (le mot 'danah' est quasi symétrique sans la majuscule) et politique (les capitales conceptualisent, et danah boyd estime être en droit de s'approprier l'écriture de son propre nom). Une démarche que nous retrouverons dans la suite de ses travaux, et qui a le mérite de concrétiser nombre d'enjeux que nous développerons par la suite, <www.danah.org/name.html>

À l'inverse du message-cadre de BATESON, qui en explicitant l'interprétation des interactions ne propose que de modéliser les « activités franches », le cadre fabriqué ouvre plus de possibilité pour comprendre le jeu social, qui n'est pas fait que de jeux, mais aussi de mensonges et de confiance, de contrat avec des pairs et des tiers, etc. Ce contrat prend le nom de « rôle » dans l'appareil notionnel de GOFFMAN[22]. Il conduit à toute une théorie du microsocial que nous déroulerons à propos du projet identitaire (présenté chapitre 2, 1.3) et de l'instanciation de l'ordre interactionnel dans les dispositifs identitaires (présentée chapitre 6, 1.2).

C, La configuration de N. Elias

Il nous faut poursuivre le glissement débuté par l'anthropologie des interactions de BATESON et prolongé dans la microsociologie de GOFFMAN. Il nous semble en effet qu'il manque une notion charnière entre des phénomènes microsociaux se jouant dans une relation interindividuelle et ceux qui pourraient se nouer entre des groupes sociaux. Nous verrons en effet que si la vie privée est a priori affaire d'individus, parfois de petites cellules sociales (une dyade ou triade dirait SIMMEL, la vie privée d'une famille, d'un cercle d'amis), sa régulation est affaire de groupes plus consistants (entreprises, corps de métiers – développeurs informatiques, avocats, communauté pédagogique ; consortium, États, groupes de pression ou émanant de partis pris idéologiques).

Le concept de configuration qu'utilise le sociologue allemand Norbert ELIAS tout au long de ses travaux nous semble correspondre à notre attente : la configuration « s'applique aussi bien aux groupes relativement restreints qu'aux sociétés formées par des milliers ou des millions d'êtres interdépendants. Qu'il s'agisse de professeurs et d'élèves dans une classe, de médecins et de patients dans un groupe thérapeutique, des habitués d'un café à leur table réservée, ou d'enfants au jardin d'enfants, tous forment ensemble des configurations relativement transparentes »[23]. Dans l'immédiat, ce qui nous intéresse dans cette liste de postures dialectiques concerne le premier

[22] Erving GOFFMAN définit le rôle (***social role***) comme « l'actualisation de droits et de devoirs attachés à un statut donné, on peut dire qu'un ***social role*** recouvre un ou plusieurs rôles (***parts***) et que l'acteur peut présenter chacun de ces rôles, dans toute une série d'occasions, à des publics du même type ou bien à un seul public constitué par les mêmes personnes » (GOFFMAN E., ***La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1 : La présentation de soi***, Paris : Minuit, 1973. Citation p.24). Cette notion conduit à la théâtralisation de soi, au travail de figuration (***facework***), la négociation des rôles et des faces avec les interactants du cadre participatif et à la reproduction à l'intérieur de ce cadre d'un ensemble de conventions microsociales qu'il appelle ordre interactionnel.

[23] ELIAS N., ***Qu'est-ce que la sociologie ?***, Paris : Pandora, (1970), 1981. Citation p.158

exemple : le professeur et les élèves d'une classe, puisqu'il s'agit de notre cadre d'observation. Mais le concept de configuration sera aussi éclairant à plusieurs titres :

- en soubassement d'autres propositions sociologiques faites par des chercheurs contemporains (FLICHY, BOYD, REBILLARD qui se réclament de cette sociologie) ;
- pour comprendre les stratégies d'acteurs engagés dans la (dé)régulation de la vie privée ;
- pour construire notre proposition d'une définition informationnelle-communicationnelle de la vie privée.

Ainsi, Norbert ELIAS reconnait une forme de structuralisme dans son concept : « Ce que nous désignons par "structures" lorsque nous considérons les gens en tant que sociétés sont des "configurations" lorsque nous les considérons en tant qu'individus »[24]. Mais il ne s'agit pas d'un structuralisme déterminant, surplombant, au sens où les structures sociales s'imposeraient aux individus, (re)produiraient de la domination (à la façon dont la pense BOURDIEU[25]), mais d'un outil méthodologique qui se propose d'expliquer les rapports de domination, ce qu'ELIAS nomme les interdépendances : « On est en présence de systèmes d'un type qui ne peut plus être adéquatement saisi par un modèle mécanique cause/effet. Les processus circulaires, dont les doubles liens constituent l'une des subdivisions, sont ici la règle »[26]. Le sociologue allemand emploie ce concept de « double lien » pour désigner des configurations dialectiques de niveau micro (le couple, le rapport parent-enfant) ou macro (par exemple les puissances internationales au moment de la Guerre froide), même si l'opposition entre micro et macro est à relativiser, nous dit ELIAS : le niveau macro d'une configuration peut très bien se situer au niveau micro d'une autre (une commune par rapport à un pays, un pays par rapport à un ensemble de nations). Ainsi, l'interdépendance désignerait, dans le contexte de la Guerre froide, « l'équilibre de la terreur » par une menace de « destruction mutuelle assurée » entre les pays membres du Pacte de Varsovie et ceux de l'OTAN.

---

24 ELIAS N., *Sport et civilisation. La violence maîtrisée*, Paris : Fayard, (1986), 1994. Citation p.212

25 Pour l'heure, Nathalie HEINICH (2002) propose une convergence conceptuelle entre la configuration d'abord avec le structuralisme (LÉVI-STRAUSS), puis avec le concept de champ tel que proposé par Pierre BOURDIEU. De la même manière qu'une configuration se rapproche du concept de champ propre à BOURDIEU, mais sans le rapport dominant-dominé propre à ce sociologue ainsi que l'estime N. HEINICH, nous pouvons également dire que cette interdépendance, reposant dès lors sur un rapport de forces équivalentes, se rapproche du modèle structurant-structuré de l'habitus selon le sociologue français. HEINICH N., *La sociologie de Norbert Elias*, 2ème édition, Paris : La Découverte, (1997), 2002

26 ELIAS N., *Engagement et distanciation. Contributions à la sociologie de la connaissance*, Paris : Fayard, (1983), 1993. Citation p.80

Dès lors qu'il y a amenuisement d'un des deux liens, nous dit ELIAS, ou déséquilibre entre les dépendances réciproques, il y a naissance d'un rapport de pouvoir, même s'il subsiste toujours une forme de détermination à rebours. On ne peut dès lors définir le concept de configuration comme relevant purement du paradigme structuraliste car la configuration (préfixe con-) renvoie à l'idée de codétermination. Elle renvoie donc également à un principe de négociation entre les entités conduisant à une modération des opinions, des positions, des postures, des rôles (au sens de GOFFMAN) et, chez ELIAS, une modération des affects : une dynamique qui participe de ce qu'il appelle le « procès de civilisation » occidentale[27]. Selon lui, il y aurait incorporation de cette modération par l'éducation (de la politesse à la pudeur). L'autocontrôle psychique qu'il éclaire par son analyse socio-historique n'est rien d'autre que « l'ensemble des contraintes d'interdépendance, des regroupements des interrelations humaines, du tissu social, les changements s'opérant toujours dans un sens déterminé »[28]. Cette détermination invite à reconsidérer la normativité (plus que la rationalisation) appliquée à la vie affective, ainsi que le dispositif concourant à ce procès. **Nous pensons d'ailleurs que, de la même manière que le cadre participatif reproduisant l'ordre interactionnel se trouve instancié dans les dispositifs de communication médiatisée par ordinateur, ceux-ci actualisent également à leur manière le procès de civilisation.**

1.2, Le modèle sémio-pragmatique

Nous retenons de ce qui précède l'idée que dans un espace social se déroule autant que sont déterminées des expériences, à des niveaux différents (entre espace public et vie privée). C'est cette double approche par l'expérience et par la détermination qui nous semble relever de la définition du cadre. Ainsi la notion de cadre renvoie d'une part à un ensemble de contraintes traversant le travail des concepteurs, pour des raisons épistémiques (comme nous le verrons avec les bases de données) ou comme étant lui-même le produit de contraintes économiques ou réglementaires (comme nous le verrons à propos de la régulation de la vie privée par le marché ou par les pouvoirs publics) ; et d'autre part à un jeu d'adaptation par les usagers à l'égard de ces contraintes, mais aussi de leur imaginaire ou de leurs attentes, et qui peut modifier le cadre de

[27] ELIAS assume pleinement son héritage freudien, puisqu'il propose de le dépasser avec une approche socio-historique. En effet, la théorie psychanalytique pose comme universelle la structuration mentale, tandis qu'ELIAS insiste sur les variables sociales de la psychogenèse, en configuration avec la sociogenèse. Lire à ce sujet ELIAS N., *Au-delà de Freud. Sociologie, psychologie, psychanalyse*. Traduit par Guilhot N., Joly M. et Meunier V., postface de LAHIRE B., Paris : La Découverte, coll. « Textes à l'appui », 2010, 216 p.
[28] ELIAS N., *La civilisation des mœurs*, Paris : Calmann-Lévy, (1939), 1973. Citation p.309-310

fonctionnement initialement proposé. Or la définition d'un cadre comme faisceau de contraintes trouve un écho dans la proposition d'espace de communication tel que le conçoit Roger ODIN[29].

A, L'immanentisme et le pragmatisme

Dans *Les espaces de communication : introduction à la sémiopragmatique* (2011), R. ODIN revient sur cette construction et sur l'explicitation du modèle sémio-pragmatique[30]. Il s'agit d'abord, par négation, à la façon de BATESON, de se positionner en regard de deux modèles analytiques selon lui dominants : le modèle immanentiste et le modèle pragmatique, puis de regarder comment leur intersection peut se modaliser dans différents formats cinématographiques, et au-delà dans l'agir communicationnel (et notamment au sein de la famille). Nous proposerons dans la dernière partie de la thèse d'appliquer ce modèle à la vie privée.

Le modèle immanentiste utilisé dans l'analyse filmique « pose le texte ou le langage comme un donné doté de caractères structuraux permanents (...), un donné qu'il décrit sans référence à ce qui lui est extérieur ». Le linguiste Robert VION définit l'immanence comme une « centration sur les inventaires »[31]. Ce modèle se situe dans le structuralisme linguistique d'inspiration saussurienne, pour qui « la langue est un système qui ne connait que son ordre propre »[32]. En plaçant le signe au cœur de la signification, de nombreuses études reproduisent le modèle immanentiste en contexte numérique en se penchant sur l'avatar, le profil ou les interfaces, tout en se référant à la sémiopragmatique (voir notamment les travaux de GEORGES & SEILLES)[33].

> « (...) A l'inverse, les approches pragmatiques considèrent qu'un signe, qu'un mot, qu'un énoncé ou qu'un texte ne font sens qu'en relation avec le contexte dans lequel ils sont émis et reçus. » (ODIN, 2011 : 9)

[29] ODIN R., *Les espaces de communication : introduction à la sémiopragmatique*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2011

[30] La carrière de Roger ODIN s'est constituée sur l'analyse filmique : *Pour une sémio-pragmatique du cinéma* en 1983, *Cinéma et production de sens* (1990), *Le film de famille. Usage privé, usage public* (1995), *Le cinéma en amateur* (1999). La modélisation scientifique de ses observations arrive en 2005 avec *La sémio-pragmatique : un modèle heuristique*.

[31] VION R., *La communication verbale. Analyse des interactions verbales*, Paris : Hachette, 1992. Citation p.15

[32] DE SAUSSURE F. *Cours de linguistique générale*, Paris : Payot, (1913), 1986 : 43, cité par ODIN, 2011 : 9

[33] GEORGES F., SEILLES A., « Sciences de l'information et de la communication et Sciences informatiques : vers une approche interdisciplinaire de l'identité numérique dans la communication informatisée », *Actes du 17ème congrès de la SFSIC*, Dijon, juin 2010, Paris : SFSIC, 2010

Cependant, l'auteur estime que cette approche est toujours centrée sur le signe, et « se limite à étudier la façon dont un texte agit sur son lecteur. Le texte reste donc premier. » (2011 : 10). Il semble nécessaire pour l'auteur d'adopter une lecture inverse, où « les approches […] mettent le contexte au point de départ de la production de sens, c'est-à-dire les approches qui posent que c'est le contexte qui règle cette production » (2011 : 9).

Ainsi, le contexte semble primordial, antérieur à la production de sens : pour analyser le premier, R. ODIN puise dans « les modèles interactionnels : BATESON, GOFFMAN, WATZLAWICK... [Ceux-ci] sont déjà plus proches de ce que je cherche, dit-il. Pour ces modèles, le 'contexte', parfois désigné sous le vocable de 'cadre', souvent sous celui de 'culture' est l'élément déterminant » (2011 : 10). On se souvient que le modèle du cadre de GOFFMAN empruntait à la métaphore cinématographique : il est alors normal qu'il inspire un analyste du film.

Il y a deux façons de modéliser un contexte de communication, nous dit l'auteur : les modèles « qui analysent la communication finie ou modèles de résultat (exemple : le modèle de Jakobson, centré sur le message) ; ces modèles relèvent du paradigme immanentiste ; et [ceux] qui analysent la communication au fur et à mesure de son déroulement ou modèles de progression » (2011 : 21). Ces modèles de progression, dont la paternité revient à SPERBER & WILSON[34], comprennent la communication comme un flux, ou un processus. Cette approche de la communication se rapproche de ce que Jean MEYRIAT disait pour expliquer l'articulation entre information et communication en SIC : « La communication est un processus et l'information est le contenu mental de ce processus »[35].

Le « contexte » est donc un ensemble phénoménologique impermanent, mais dont la constante est d'être contraignante : c'est-à-dire qu'il ne doit pas être compris comme un ensemble référentiel (au sens du modèle de JAKOBSON), mais comme « le point de passage d'un faisceau de contraintes qui traverse et construit [les actants, l'émetteur et le récepteur] ». Ainsi, « le modèle sémio-pragmatique s'intéresse aux contraintes qui régissent la construction des actants de la communication et à la façon dont ils sont conduits à produire du sens : je propose de parler de modèle de production. » (ODIN, 2011 : 20-21). Il existe ainsi un espace de construction du sens chez l'énonciateur (espace de production) et un espace de construction du sens chez l'allocutaire (espace de réception).

[34] SPERBER D., WILSON D., *La pertinence. Communication et cognition*, Paris : Minuit, 1989
[35] MEYRIAT J., « La science de l'information », *Revue des sciences morales et politiques*, n°2, 1986

B, Des espaces de communication sous contraintes

En retraçant son parcours épistémologique, R. ODIN découvre la permanence de ces contraintes dans les divers travaux qu'il a produits. Notamment, il souligne la migration terminologique qu'il a opéré avant de parler d'espace de communication : même s'il employait auparavant le terme d'« institution », qui lui paraît rétrospectivement connoté, il en a conservé l'idée d'un espace de sanction, au sens où il l'entend chez CASTORIADIS : « L'institution est un réseau symbolique, socialement sanctionné »[36]. La sanction est ici à comprendre comme une norme, ou une convention, socialement acquise. Chez ELIAS, il s'agit d'autocontraintes, aussi bien au niveau psychogénétique que sociogénétique. Ces normes sont contextuellement situées, donc susceptibles d'évolution (c'est le procès de civilisation), et les sanctions sont donc elles aussi susceptibles de modification (c'est un construit social). On retrouve le contexte à la fois comme modèle de progression et ensemble de contraintes.

De la même manière que Robert VION (1992) voulait dépasser l'opposition catégorique entre modèle du code (basé sur la théorie du reflet, logocentré, structuraliste, positiviste, mécaniste, d'inspiration saussurienne) et modèle du sujet (basé sur la théorie mentaliste, subjectiviste, constructiviste, pragmatique, d'inspiration paloaltienne et qui conjuguerait soliloque et solipsisme), Roger ODIN propose de faire se converger les deux modèles, ici nommés immanentiste et pragmatique, dans ce qui deviendra le modèle sémio-pragmatique, et ce afin d'analyser l'espace de production, et son corolaire : l'espace de réception.

> « Ces deux paradigmes doivent intervenir dans l'analyse de la communication et donc dans le cadre théorique visant à en rendre compte. Pas plus qu'on ne peut négliger la reconnaissance de la variabilité du texte en fonction des contextes, on ne peut négliger le fait que le destinataire croit en l'existence d'un texte qui lui a été transmis avec un sens immuable, donné une fois pour toutes, un sens qu'il lui suffirait de décoder. (...) Ce qu'il faut, c'est donc une théorie capable d'articuler ces deux mouvements contradictoires qui sont au cœur du processus communicationnel, une théorie qui mette en relation les deux paradigmes. L'approche sémio-pragmatique affiche, dans sa dénomination même, cette volonté d'articuler ces deux paradigmes. La sémio-pragmatique ne périme pas l'approche immanentiste de la sémiologie classique dont

[36] CASTORIADIS C., *L'institution imaginaire de la société*, Paris : Seuil, 1975 : 184, cité par ODIN, 2011 : 40

> elle reconnait les apports essentiels : attention apportée au texte, production d'outils d'analyse (...), descriptions structurales du récit, de la description... procédures d'analyses de la structure énonciative, des actes de langage..., et même, salutaires mises en garde contre les dérives auxquelles peut conduire une approche pragmatique non maitrisée. Son objectif est de mettre cette approche immanentiste dans la perspective pragmatique contextuelle. Une fois reconnues les contraintes contextuelles régissant la construction du texte, l'analyse immanentiste peut être mobilisée. » (ODIN, 2011 : 16)

Par ailleurs, la définition que Roger ODIN propose de l'espace de réception recoupe celle qu'Yves JEANNERET donne à propos des dispositifs dans lesquels s'inscrivent les traces (que produit ou que suit l'usager) : **un espace qui donne sens aux traces (des données) en les resituant dans un cadre (un contexte), une condition d'appropriation et d'interprétation**[37].

C, Les modes de communication de l'identité

Ce modèle, que prudemment l'auteur limite à une portée « heuristique », doit permettre d'éclairer les phénomènes informationnels-communicationnels, notamment en fournissant une grille des différents modes de production et de réception.

Les treize modes sont ainsi traversés par différents niveaux : discursif, spatial, affectif, énonciatif et relationnel[38].

- Le premier niveau – discursif – désigne le registre d'écriture ou de lecture. Appliqué à l'identité, il s'agit de l'écriture ou de la lecture de soi ou de l'autre (ce chapitre, section 2). Des projets d'écriture comme le ***storytelling*** (mise en récit, de soi en l'occurrence), le journal intime, la quantification de soi, le profil descriptif ou la virtualisation des avatars relèvent de ce niveau discursif.
- Le second niveau – spatial – signale bien les espaces (pas seulement physiques) que nous serons amenés à traverser : chambre des enfants avec la ***bedroom culture***[39], domicile familial avec les règles du foyer, sphère professionnelle, école (chapitres 5 et

[37] « Cette mise en écriture, en médiation de manipulation de textes qui sont des représentations de pratiques passe par un dispositif éditorial et médiatique qui ***définit des cadres***, des délégations d'énonciation et conditions de visibilité pour les différents discours », (JEANNERET Y., « Complexité de la notion de trace », in GALINON-MÉLÉNEC B. (dir), ***L'Homme trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines***, Paris : CNRS, 2011, p.59-86. Citation p.71. Nous soulignons)

[38] Nous en présentons un tableau récapitulatif en annexe 2

[39] LIVINGSTONE S., « Les jeunes et les nouveaux médias », ***Réseaux***, n°92-93, 1999, p.19-23

6), vie privée, espace commun, espace public (parfois au pluriel), espaces électroniques ou prétendument virtuels, et enfin « espace anecdotique » (chapitre 7). Nous pouvons rajouter une dimension de plus en faisant référence au cadre spatio-temporel que mentionnent les sociolinguistes[40].

- Le niveau affectif renvoie à l'une des hypothèses que nous aurons, eu égard d'abord au cadre expérientiel où la vie affective sera médiatisée par ordinateur (chapitre 6) ; eu égard ensuite au cadre théorique où la communication affective devra être convoquée pour expliquer le jeu communicationnel (chapitre 7).
- Enfin, les deux derniers niveaux – énonciatif et relationnel - nous intéressent car ils sont construits sur l'identité de l'émetteur-locuteur et de ses allocutaires, de son audience et du réseau de relation constitutif de la régulation par l'identité dans ce que nous nommerons le « cadre privatif » (chapitre 8).

L'espace de production pose donc la question de l'*ethos*, savoir qui parle, et du contrat identitaire que l'énonciateur propose. Doublement problématique en contexte numérique, le contrat identitaire peut ne pas être corrélé avec un énonciateur interrogeable en termes d'identité, ni proposé à une audience invisible. Ces deux aspects sont propres au dispositif dans lequel l'identité est mise en jeu : en effet, pour reprendre la célèbre formule légendant le dessin de Peter Steiner, « sur internet, personne ne sait que tu es un chien ».

[40] KERBRAT-ORECCHIONI O., *Les interactions verbales*, tome 1, Paris, A. Colin, 1990 ; LABBE H., MARCOCCIA M., « Tradition épistolaire et médias numériques : du billet au courrier électronique », in BETTEN A., DANNERER M. (dir.), *Dialogue Analysis IX – Dialogue in Literature and the Media*, Selected Papers from the 9th IADA Conference, Salzburg 2003, vol. 2, Tübingen : Niemeyer, 2005, p. 281-292 ; MARCOCCIA M., « Communication électronique et rapport de places : analyse comparative de la formulation d'une requête administrative par courrier électronique et par courrier papier », *Semen*, n°20, 2005, <semen.revues.org/1075> ; MARCOCCIA M., « Communication médiatisée par ordinateur et variation culturelle : analyse contrastive de forums de discussion français et marocains », *Les Carnets du Cediscor*, n°9, 2006, <cediscor.revues.org/220>

Ill. n° 1 : Peter Steiner, "On the Internet, nobody knows you're a dog"[41]

Dès lors qu'il appartient à l'internaute de choisir son contrat identitaire, et la mesure dans laquelle il veut être interrogé en termes d'identité, il lui est possible de choisir le mode de production de son projet identitaire : se projeter sur un mode documentarisant, fictionnalisant, moralisant, énergétique, etc. Mais cela tient aussi aux fonctionnalités des sites web et des dispositifs identitaires, à la marge de manœuvre que les usagers vont pouvoir disposer au sein de ces dispositifs, et des contraintes qui leur sont propres.

Le modèle sémio-pragmatique de R. ODIN permettra en effet de décrypter l'offre éditoriale mise en avant par les sites de socialisation, ou au sens large par les dispositifs identitaires : pour reprendre les deux figures emblématiques de ces dispositifs, quels sont les modes de production et de réception de *Facebook* et EDVIGE ? Nous présenterons ces éléments au fur et à mesure des études de cas en association d'autres concepts.

Au niveau méthodologique, le modèle sémio-pragmatique de R. ODIN s'inscrit dans l'inter-dimensionnalité affichée par B. MIÈGE.

[41] *The New Yorker*, vol. 69, n°20, 05/07/1993, p. 61

1.3, Le cadre de référence

Dans sa théorie de l'innovation[42], Patrice FLICHY décrit la naissance d'un dispositif dans ce qu'il appelle le « cadre sociotechnique ». C'est la filiation qu'il reconnait avec GOFFMAN qui nous intéresse ici et maintenant, mais la présentation que nous allons faire devra être mise en mémoire : le modèle de la circulation que construit FLICHY sera convoqué plus tard (III^{ème} partie). Dans la démarche de l'auteur, il s'agit de modéliser une dynamique qu'il retrouvera dans un ouvrage ultérieur, justement consacré à la vie privée[43].

A, Le cycle de l'innovation sociotechnique

Patrice FLICHY se réfère explicitement à la notion de cadre définie par GOFFMAN, où l'opposition entre cadre naturel et cadre social se résorbe dès lors que l'individu agit communément dans les deux : GOFFMAN prend l'exemple de la partie de dames, où le joueur manipule des pièces (préhension fine) mais également des signes dans un cadre réglementaire (les règles du jeu, ou le message-cadre de BATESON). Pour que l'action se réalise, il est nécessaire d'appréhender deux cadres de référence : « Ainsi, une partie de dame est pilotée en deux sens différents : elle suppose, d'une part, la maitrise physique non d'un signe mais du support et, d'autre part, elle appartient à l'univers social des positions et des oppositions qui se construit au cours de la partie » (GOFFMAN, 1974 : 32-33).

FLICHY, même s'il reconnait que GOFFMAN n'est pas explicite sur la technique (dans l'ensemble de son œuvre), pense qu'il est possible de « s'inspirer de cette problématique du cadre de l'action et estimer que toute activité technique se situe dans un cadre de référence » (1995 : 122). Il en va de même avec les médiations de la vie privée.

Avant d'être déployé auprès d'une population de destination (par exemple des élèves et leurs enseignants, ou bien encore de jeunes urbains des classes aisées), un dispositif (par exemple un cartable électronique, ou bien encore un service web de recommandation géolocalisée) est d'abord « imaginé » par des concepteurs, des ingénieurs, des développeurs en informatique, voire – le cas de plus en plus fréquent – des experts en marketing. Cette « imagination » nait d'une hybridation entre ce que les concepteurs imaginent être les attentes d'une population, et ce qu'ils imaginent

[42] FLICHY P., *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales, vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris : La Découverte, (1995), 2003, 450 pages
[43] FLICHY P., *Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée*, Paris : La Découverte, 1997

pouvoir faire avec la technique, ce que FLICHY nomme « l'imaginaire technique » ; ils définissent alors un « cadre de fonctionnement » pour leur dispositif, qui sera explicité dans le mode d'emploi ou à travers des modules de formation, des publicités, des discours ; il n'est pas rare non plus que les utilisateurs finaux soient invités à participer à l'élaboration du dispositif, et à la construction du cadre de fonctionnement, ou à tout le moins à sa mise à jour itérative. Une fois validée toutes les étapes de développement d'un produit ou d'un service (un « objet »), celui-ci peut être déployé auprès de la population cible, pour lesquels les concepteurs ont également imaginé un « cadre d'usage ». Le dispositif se situe alors du côté des utilisateurs, qui l'investissent et construisent leur propre « cadre d'usage » (FLICHY parle alors d'un « objet-valise ») : concepteurs et usagers découvrent du coup si les deux cadres coïncident, et si des aménagements sont nécessaires, aussi bien dans le produit ou dans les usages qui en naissent que dans « l'imaginaire technique » qu'ils s'étaient construits. C'est pourquoi l'auteur propose de parler d'un « cadre de référence socio-technique ».

B, L'objet frontière

Ce cadre se stabilise alors, mais aussi par l'entremise de médiateurs et régulateurs qui le solidifient en l'arc-boutant entre les deux sphères et en transférant de l'une à l'autre des éléments du cadre : FLICHY parle d'« objet-frontière », empruntant ce terme à GRIESEMER & STAR (1989)[44], qui eux-mêmes se situent à la croisée de la sociologie formelle ou des approches interactionnelles (SIMMEL, MEAD, BATESON, GOFFMAN) et de la théorie de l'acteur-réseau et du modèle de la traduction de CALLON et LATOUR.

Chez ces deux derniers auteurs, l'innovateur joue un rôle déterministe en embarquant avec lui d'autres acteurs dans son réseau de représentations. Dans « l'écologie de l'innovation » que fondent GRIESEMER (biologiste et épistémologiste) et STAR (sociologue des sciences), innovateurs et usagers ont une valeur égale dans la performance du dispositif. Celui-ci est considéré comme « objet-frontière » dans le sens où il opère comme un sas à double entrée entre le cadre de référence des usagers et dans celui des concepteurs. Le concept a bénéficié depuis d'une « flexibilité interprétative », et nécessitant *de facto* d'opérer un « retour sur la notion d'objet frontière ». Dans une série d'articles consacrée à ce retour, les sociologues P. TROMPETTE et D.

[44] GRIESEMER J. R., STAR S. L., "*Institutional ecology, 'translations' and boundary objects: Amateurs and professionals in Berkeley's museum of vertebrate zoology*", *Social Studies of Science*, vol.19, n°3, 1989, p.387-420

VINCK (2009 ; 2010)[45] signalent d'ailleurs que souvent, dans les productions scientifiques qui font référence à cette notion, les formes de performativité de l'« infrastructure informationnelle » (BOWKER & STAR, 1999)[46] des dispositifs de type objet-frontière ont été « relativement minorées, parfois oubliées »[47].

Pour en revenir au cycle de l'innovation que propose Patrice FLICHY, une fois terminés les échanges autour de l'« objet-frontière » s'opère alors un « verrou technologique » : il faudra attendre une prochaine innovation, qui d'abord coexistera dans une histoire parallèle, avant de devenir « objet-valise », puis « objet-frontière », puis « cadre de référence socio-technique » stabilisé et sédimenté sur le précédent.

Ainsi, un dispositif nait deux fois :

> « Les usagers ont tout d'abord une représentation de la nouvelle technologie qui vient à l'origine du cadre d'usage des concepteurs. Dans le cas des TIC, ce cadre a non seulement été incorporé dans l'outil mais utilisé par les concepteurs. Les médias vont ensuite en faire la promotion. Lors de l'achat par l'utilisateur, la représentation initiale se transforme alors en un projet (technologie en projet). Puis lors de l'appropriation, l'utilisateur organise sa pratique personnelle. Il choisit dans les différentes possibilités d'usage, retient certaines fonctionnalités, en abandonne d'autres, intègre l'outil dans ses pratiques intellectuelles, ses pratiques de loisirs, ses pratiques de communication sociale (technologie en usage) »[48]

Nous reprendrons cette analyse pour comprendre le modèle conceptuel des réseaux socionumériques et des projets d'identification et de socialisation des utilisateurs, leurs usages de l'identité numérique et la migration des imaginaires d'une aire socioculturelle à une autre, mais pour l'heure, comme nous en sommes à poser les premières briques de notre cadre scientifique, la proposition de P. FLICHY montre bien le risque qu'il y a pour le concepteur d'un dispositif – pour

[45] TROMPETTE P., VINCK D., « Retour sur la notion d'objet-frontière », ***Revue d'anthropologie des connaissances***, vol.3, n°1, 2009, p. 5-27 ; TROMPETTE P., VINCK D., « Retour sur la notion d'objet-frontière (2) », ***Revue d'anthropologie des connaissances***, vol.4, n°1, 2010, p.11-15.

[46] BOWKER G., STAR S. L., ***Sorting things out: classification and its consequences***, Cambridge (NY) : MIT Press, 1999

[47] C'est d'ailleurs par notre recherche sur ces questions de performativité des dispositifs que la notion est apparue dans la construction de notre cadre théorique. Nous la retrouverons donc dans le chapitre 2.

[48] FLICHY P., « L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société », ***Réseaux***, vol.2, n°124, 2004, p.17-51. Citation p.36

nous un dispositif d'enquête ou de démonstration scientifique – que celui-ci ne soit pas « transformé » comme il l'entendait par la population qu'il observe.

1.4, La notion de dispositif

Un dispositif peut s'entendre comme un simple assemblage de techniques, de signes et de mise en relation (a). Cette acception peut aussi être étendue à l'idée de système (b) au service d'une idéologie (c).

A, Les dispositifs techno-sémio-pragmatiques de D. Peraya

Roger ODIN signale à plusieurs reprises la portée heuristique de son modèle, nous nous en sommes fait l'écho également ici. Servant à expliquer et permettre le raisonnement scientifique, et donc l'explicitation d'un agir communicationnel, ce que Roger ODIN entend par sémio-pragmatique ne doit pas être confondu avec la sémiopragmatique de Daniel PERAYA, qui elle a une visée plus définitoire et opérationnelle, et s'étendant plus exactement à l'étude des dispositifs « techno-sémio-pragmatiques » mettent en œuvre des formes de représentation (sans la dimension des contraintes, ni celle des deux espaces de production et de réception).

> « Ces formes de représentation peuvent être définies en termes usuels comme les divers langages auxquels nous recourrons pour communiquer nos expériences, des connaissances ou encore de l'information : la langue soit parlée soit écrite, les langages graphiques (schémas, tableaux, graphes...), le langage de l'image et de la photographie. Il s'agit donc de différentes formes sémiotiques, symboliques, disponibles.
>
> Les systèmes de signes qui sont à la base de nos représentations matérielles ont une fonction d'expression, d'objectivation mais aussi de traitement de l'information. Ils contribuent à déterminer le mode de perception et d'intellection par quoi nous connaissons les objets et sont l'instrument de médiation et d'interaction entre notre univers et nous-mêmes » (PERAYA & RICKENMAN, 1998)[49].

[49] PERAYA D., RICKENMANN R., "*New perspectives for Media Education, Theory and Practice*", *Educational Media International*, vol.35, n°2, 1998, p.125-132. Pour la version française : <tecfa.unige.ch/tecfa/teaching/LME/ex-teachers/peraya/textes/dper_rr.pdf>

Visant à repérer l'orchestration des formes de représentation entre le social (la relation), le sémiotique (les signes) et la technique (les outils), les travaux de D. PERAYA sont donc principalement centrés sur des dispositifs sociocognitifs, faisant que cette approche est plus axée sur des objets que sur une méthode, comme chez ODIN, même si elle existe chez PERAYA (découpage et cloisonnement en registres techno, sémio et pragmatique). Daniel PERAYA a mis en place ce concept de dispositif techno-sémio-pragmatique (DTSP) pour étudier, avec son collègue Jean-Paul MEUNIER[50] les dispositifs déployés en situation pédagogique (campus virtuels, formation à distance, etc.)[51]. Ainsi, nombre de travaux s'affirmant comme sémio-pragmatique appartiennent exclusivement et explicitement à l'approche de PERAYA : c'est le cas notamment des recherches menées par Fanny GEORGES[52].

B, Le dispositif comme système

C'est par l'entrée du dictionnaire que J.-P. MEUNIER commence sa définition du dispositif dans un numéro de la revue ***Hermès*** consacré à ce concept[53]. Il se base sur la définition du ***Petit Larousse*** (1996) : « ensemble de pièces constituant un mécanisme, un appareil quelconque ».

En anglais, dispositif se définit par ***device***, qu'en retour en français on comprend comme appareil, artifice, mécanisme, dispositif : par exemple, une carte vidéo dans un ordinateur est un dispositif (***device***) et son installation requière une application logicielle nommée « pilote de périphérique » (en anglais ***driver device***). Un téléphone mobile est également un dispositif de télécommunication. Par exemple, c'est un téléphone mobile qui illustre la couverture du petit ouvrage de Giorgio AGAMBEN : ***Qu'est-ce qu'un dispositif ?*** qui nous servira plus loin.

---

50 Professeur de communication à l'Université catholique de Louvain ; MEUNIER J.-P., PERAYA D., ***Introduction aux théories de la communication : Analyse sémio-pragmatique de la communication médiatique***, (2ème édition) Bruxelles : De Boeck, 2004

51 PERAYA D., « De la correspondance au campus virtuel : formation à distance et dispositifs médiatiques », in BERNADETTE C., PERAYA D. (dir.), ***Technologie et innovation en pédagogie. Dispositifs innovants de formation pour l'enseignement supérieur***, Bruxelles : De Boeck, 2003, p.79-92 ; PERAYA D., « La formation à distance : un dispositif de formation et de communication médiatisées. Une approche des processus de médiatisation et de médiation », ***TICE et développement***, n°0a, novembre 2005 <www.revue-tice.info/document.php?id=520>

52 Cf. ci-dessous 2007a, 2007b, 2009 ; une référence qu'on ne retrouve pas dans ces articles ultérieurs. Nous présenterons plus loin tout ce qu'elle propose sur l'avatar, la présence et l'identité numériques. GEORGES F., ***Sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs. L'hexis numérique***. Thèse de doctorat en art et sciences de l'art, Paris : Université Paris 1 Panthéon-la Sorbonne, 2007a ; GEORGES F., « Approche statistique de trois composantes de l'identité numérique dans Facebook », in COMBÈS Y., BOUQUILLION P. (dir.), Les ***industries de la culture et de la communication en mutation***, Paris : L'Harmattan, 2007b ; GEORGES F., « Représentation de soi et identité numérique », ***Réseaux***, n°154, 2009

53 MEUNIER J.-P., « Dispositifs et théories de la communication : deux concepts en rapport de codétermination », ***Hermès***, n°25, 1999

On retrouve cette approche par l'objet signalé précédemment. À ces appareils, de purs artifices pour l'instant, il convient d'ajouter des contenus, des signes pour en faire des dispositifs de communication. Dans l'acception sociocognitive construite avec D. PERAYA, J.-P. MEUNIER enrichit l'entrée première du dictionnaire en parlant de dispositifs cognitifs :

> « Un dispositif de communication comprend au moins un arrangement spatial et un arrangement sémiotique - une combinaison de textes, d'images, de sons. Les deux concourent à une mise en place interindividuelle que l'on peut caractériser en première approche au moyen des notions de fusion et de différenciation d'une part, de centration et de décentration d'autre part. », (MEUNIER J.-P., 1999 : 87)

Le dispositif sert alors d'interface, qui porte, contient et construit du sens entre les individus : on se souvient que PERAYA & RICKENMAN définissaient le langage comme dispositif de communication, ainsi que l'écriture. Bernard MIÈGE dit à propos des dispositifs qu'il s'agit d'une « mise en système des différents outils et contenus » (2007 : 183).

Des outils (niveau technique) et des contenus (niveau sémiotique) auxquels l'inter-individualité ajoute la dimension pragmatique. J.-P. MEUNIER parle alors de dispositifs relationnels. Valérie BEAUDOIN et Julia VELKOVSKA, qui travaillent sur les forums de discussion, les salons de bavardage en ligne, les blogs et les pages perso[54], se servent de la notion goffmanienne de cadre, mais en notant que chez GOFFMAN, le cadre de participation à la communication se fait en coprésence, en face-à-face. C'est donc le dispositif électronique qui permet de recréer cette coprésence en ligne. Cadre d'usage, donc, au sens de FLICHY, et cadre de référence dans lequel peut se nouer l'action technique (supportée par un dispositif). Mais l'on peut aussi entendre le dispositif comme une construction sociale visant à accomplir un objectif donnée, celui de reproduire un cadre primaire, ou pour rester dans la terminologie de GOFFMAN, un cadre transformé. J.-P. MEUNIER établit ainsi que « l'agencement d'éléments quelconques à quoi se réduit le dispositif procède toujours d'une intention et vise toujours un effet » (1999 : 84). La question est donc de savoir si le réel (cadre primaire naturel ou social) est modalisé (il ne se cache pas) ou fabriqué (le dispositif se cache). Sans se référer à l'appareil notionnel de GOFFMAN, l'auteur donne deux exemples de cadres transformés :

[54] BEAUDOIN V., VELKOVSKA J., « Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) », ***Réseaux***, vol. 17, n°97, 1999

- le dispositif d'« alerte enlèvement » intègre l'idée d'une chaine logistique allant du signalement par des particuliers de l'enlèvement avéré d'un proche à la police ou la gendarmerie, qui alertent le Ministère de la Justice, celui-ci autorisant la Direction centrale de la police judiciaire et la Gendarmerie nationale à envoyer un message d'alerte auprès des médias et des partenaires (dont les réseaux socionumériques, dont *Facebook*). À ce stade, l'ensemble des médias est mobilisé dans le relais de cette information.
- « Les médias dans leur ensemble sont un macrodispositif intégrant une grande quantité de microdispositifs technosémiotiques dont le fonctionnement est, non pas de rendre compte, mais d'élaborer un sens du réel. », (MEUNIER, 1999 : 89)

Si la finalité du dispositif « alerte enlèvement » est indéniable (cadre modalisé, qui ne se cache pas), celle des médias est plus subtile, et évidemment sujette à débat. Pour peu qu'on leur reconnaisse cette fonction, quel sens du réel les médias construisent-ils ? Si cette question n'est pas l'objet de la thèse, elle conduit néanmoins à s'interroger sur la finalité de dispositifs traitant des données personnelles : rendre compte ou élaborer un sens du réel ? Dans ce cas, il est raisonnable de se demander quel réalité est (re)construite, et au bénéfice de qui ? Il est tout aussi raisonnable alors de considérer la dimension idéologique des dispositifs. Ainsi, nous proposons dans le point suivant de sortir d'une approche positiviste des dispositifs limitée à leur seule opérationnalité, et d'aller au-delà d'une première instance vers une seconde plus idéologique.

C, Le dispositif comme idéologie

Michel FOUCAULT propose une définition beaucoup plus large du dispositif, qui irait au-delà des trois composants précédemment identifiés (outils, contenus, acteurs) :

> « Ce que j'essaie de repérer sous ce nom c'est [...] un ensemble résolument hétérogène comportant des discours, des institutions, des aménagements architecturaux, des décisions réglementaires, des lois, des mesures administratives, des énoncés scientifiques, des propositions philosophiques, morales, philanthropiques ; bref, du dit aussi bien que du non-dit, voilà les éléments du dispositif. Le dispositif lui-même c'est le réseau qu'on établit entre ces éléments [...] par dispositif, j'entends une sorte - disons - de formation qui, à un moment donné, a eu pour fonction majeure de répondre à une urgence. Le dispositif a donc une fonction stratégique dominante... J'ai dit que le dispositif était de nature essentiellement stratégique, ce qui suppose qu'il

> s'agit là d'une certaine manipulation de rapports de force, d'une intervention rationnelle et concertée dans ces rapports de force, soit pour les développer dans telle direction, soit pour les bloquer, ou pour les stabiliser, les utiliser. Le dispositif, donc, est toujours inscrit dans un jeu de pouvoir mais toujours lié aussi à une ou plusieurs des bornes de savoir, qui en naissent, mais, tout autant, le conditionnent. C'est ça le dispositif : des stratégies de rapports de force supportant des types de savoir, et supportés par eux. »[55]

Cet extrait est cité dans l'ouvrage précédemment mentionné de Giorgio AGAMBEN (celui avec le téléphone mobile en couverture ; 2006)[56]. Prétextant la forte mobilisation du terme « dispositif » dans la presse italienne, le philosophe s'intéresse à ce qu'il recouvre. Pour cela, il trace la genèse du mot, et se plonge dans ses usages à travers l'Histoire.

G. AGAMBEN construit son argumentation à partir de la définition de FOUCAULT, signalant qu'avant de parler de « dispositif », le philosophe parlait de « positivité ». Il trouve trace de cette positivité dans l'analyse que Jean Hyppolite (philosophe, enseignant et traducteur du philosophe) fait des écrits de Georg W. F. HEGEL, quand celui-ci parlait de « religion positive » : « l'ensemble des croyances, des règles et des rites qui se trouvent imposés de l'extérieur aux individus dans une société donnée à un moment donné de son histoire » (2006 : 13). La positivité doit donc être comprise, chez HEGEL, comme un obstacle à la liberté de l'homme (2006 : 15). En partant de cette définition comme jeux de pouvoir extérieur, FOUCAULT va chercher à découvrir comment ce dispositif est intériorisé par les êtres humains. Cela donnera toute l'analyse de la biopolitique. Mais G. AGAMBEN s'intéresse dorénavant aux origines de la positivité chez HEGEL, et remonte donc le

---

55 FOUCAULT M., Dits et écrits, Paris : Gallimard, coll. Bibliothèque des sciences humaines, 1994. Citation page 299

56 AGAMBEN G., ***Qu'est-ce qu'un dispositif ?***, Paris : Payot & Rivages, (2006), 2007, 50 pages. Giorgio AGAMBEN est philosophe italien, hétéroclite dans ses sources (HEGEL, HEIDEGGER, NIETZSCHE, BENJAMIN, FOUCAULT ; droit, théologie, histoire médiévale, esthétique) mais produisant une continuité de problématiques sur les questions de pouvoir et de biopolitique : la normalisation de l'état d'exception passerait en effet par un dispositif d'assujettissement corporel, réduisant la singularité biologique à la communauté zoologique, réduisant la cité au camp, la « vie qualifiée » à la « vie nue ». AGAMBEN G., ***Homo Sacer, le pouvoir souverain et la vie nue***, Seuil, 1997 ; ***La communauté qui vient, théorie de la singularité quelconque***, Seuil, 1990. Son approche critique influencera une partie de l'intelligentsia de l'ultragauche en France ; le titre du dernier ouvrage cité étant repris en écho dans l'ouvrage collectif et anonyme *L'Insurrection qui vient*, Paris : La Fabrique, 2007. AGAMBEN se réfère également à la revue ***Tiqqun*** et la « théorie du bloom », une « floraison » de l'être qui chercherait à échapper à l'emprise du matérialisme capitaliste, par des méthodes subversives ou communautaristes. Suspecté de faire parti du comité d'auteurs de *L'insurrection qui vient*, Julien Coupat, membre de ***Tiqqun***, a été arrêté dans « l'affaire de Tarnac », cette communauté soupçonnée d'être à l'origine d'actes terroristes en France pendant l'automne 2008. Sources : <www.bloom0101.org/page1.html>

temps des usages, et de l'étymologie du mot. Pour cela, il s'intéresse à la façon dont la religion catholique romaine a façonné, la première, la positivité : en l'occurrence, nous dit G. AGAMBEN, ***dispositio*** est l'équivalent choisie en latin du terme grec ***oïkonomia***. En partant de l'***oïkos*** d'ARISTOTE (***Politique***, 1255 b 21), AGAMBEN explique que l'***oïkonomia*** relève d'une pratique (une ***praxis***) plus qu'une épistémè[57] « qui doit, au coup par coup, faire face à un problème ou à une situation particulière ». Or, dans la théologie chrétienne, l'***oïkonomia*** est convoquée pour justifier de l'Humanité du Christ, à la fois fils de l'Homme et fils de Dieu, justification qui produit le gouvernement séculier :

> « L'oïkonomia devint le dispositif par lequel le dogme trinitaire et l'idée d'un gouvernement divin providentiel du monde furent introduits dans la foi chrétienne. Pourtant, ...la fracture que les théologiens avaient tenté de faire éviter et de refouler en Dieu sur le plan de l'être, devait réapparaître sous la forme d'une césure qui sépare en Dieu être et action, ontologie et praxis. L'action (l'économie, mais aussi la politique) n'a aucun fondement dans l'être : telle est la schizophrénie que la doctrine a laissée en héritage à la culture occidentale. », (AGAMBEN, (2006), 2007 : 21-26)

En proposant aux fidèles une économie du divin, il était alors possible de construire une relation réellement pragmatique avec le corps du Christ, dont on trouve trace dans la liturgie, et dans le caractère obligatoire de son respect (dont la vacuité provoquera le schisme protestant).

> « À la lumière de cette généalogie théologique, les dispositifs de FOUCAULT acquièrent une importance plus grande encore dans un contexte où viennent se croiser les "positivités" du jeune HEGEL, mais aussi le ***Gestell*** du dernier HEIDEGGER, dont l'étymologie n'est pas sans rapport avec celle de ***dis-positio***, ***disponere*** (l'allemand ***stellen*** correspond au latin ***ponere***). Quand HEIDEGGER, dans ***la Technique et le tournant***, écrit que le ***Ge-stell*** signifie communément "appareil" (***Gerät***), mais qu'il entend par ce terme "le recueillement de cette dis-position (***stellen***) qui dis-pose de l'homme, c'est-à-dire qui exige de lui le dévoilement du réel sur le mode du commandement (***bestellen***)", la proximité de ce terme avec la disposition des théologiens, mais aussi avec les dispositifs de FOUCAULT devient évidente. Le lien qui rassemble tous ces termes est le

[57] FOUCAULT emploie également le terme « épistémè » pour désigner non pas les représentations, mais les formes que le discours emprunte pour rendre compte des représentations à un moment donné.

> renvoi à un ensemble de praxis, de savoirs, de mesures, d'institutions dont le but est de contrôler et d'orienter - en un sens qui se veut utile - les comportements, les gestes et les pensées des hommes », (AGAMBEN G., 2006 : 28-29)

On voit ainsi se construire, depuis l'*oïkos* d'Aristote, dont nous reparlerons à propos de la vie privée, et à travers l'économie pratique de l'Église catholique, et, à tout le moins dans la filiation philosophique d'AGAMBEN, chez HEGEL et HEIDEGGER, le caractère coercitif du dispositif (fonctionnant comme message-cadre) dont l'objet est de produire du sujet : « Les dispositifs doivent toujours impliquer un processus de subjectivation. Ils doivent produire leur sujet » (2006 : 27) :

> « J'appelle sujet ce qui résulte de la relation, et pour ainsi dire, du corps à corps entre les vivants et les dispositifs. », (AGAMBEN, 2006 : 32)
>
> « En effet, tout dispositif implique un processus de subjectivation sans lequel le dispositif ne saurait fonctionner comme dispositif de gouvernement, mais se réduit à un pur exercice de violence.... L'exemple de la confession se révèle particulièrement éclairant : la formation de la subjectivité occidentale, tout à la fois scindée et pourtant maîtresse et sûre d'elle-même, est inséparable de l'action pluriséculaire du dispositif de la pénitence où un nouveau Moi se constitue par la négation et la récupération de l'ancien », (AGAMBEN, 2006 : 42-43)

Michel FOUCAULT ne pense pas autrement, quand il aborde la société de discipline et ses dispositifs (pédagogiques, pénitentiaires, militaires, etc.), si ce n'est que dans les mots du philosophe, la subjectivation devient assujettissement. À propos de l'exercice physique des jeunes recrues, il dit : « L'exercice, devenu élément dans une technologie politique du corps et de la durée, ne culmine pas vers un au-delà ; mais il tend vers un assujettissement qui n'a jamais fini de s'achever » (1975 : 190)[58].

Non pas qu'il soit inachevé, mais le dispositif selon FOUCAULT, ce qu'il appelle la « Forme-Prison » (1975 : 353), produit un examen permanent, une « discipline indéfinie : un interrogatoire qui n'aurait pas de terme, une enquête qui se prolongerait sans limite dans une observation minutieuse et toujours plus analytique » (1975 : 264). S'il l'on sort des éléments de langage propre à FOUCAULT, on peut voir aussi les dispositifs non comme servant une idéologie strictement

[58] FOUCAULT M., *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris : Gallimard, 1975, 360 pages

politique (de la cité à la civilisation), mais servant un système économique, à travers des moyens de production (dispositifs industriels : toutes les chaines d'approvisionnement, de logistique, de distribution) et des moyens de médiation (dispositifs médiatiques : communication publique, communication d'entreprise), etc. Voire finalement à l'intrication des sphères, sociale, politique et économique, une véritable socioéconomie politique qui appelle une lecture critique.

Le même ancrage dans un temps long a déjà été signalé, à propos des dispositifs de communication, par des chercheurs inscrits dans le courant de l'économie politique critique de la communication et l'étude des industries culturelles. BOUQUILLION, MIÈGE et SÉGUY notaient par exemple qu'un dispositif « implique au moins une stabilité récurrente entre les outils composant le dispositif, une articulation entre des outils et des contenus, et vraisemblablement des usages bien spécifiés et identifiés comme tels. Les dispositifs sont/seront des configurations sociotechniques, appelées à assurer le développement des Tic sur la longue durée et à donner des bases renforcées à la médiatisation de la communication »[59]. Ces prémisses se retrouveront dans la suite de leurs travaux, et principalement chez B. MIÈGE.

En ce qui concerne le temps long, cette temporalité se retrouve chez P. FLICHY, quand le cadre de référence sociotechnique se stabilise. Cette configuration sociotechnique dont parlent les auteurs ne fait pas explicitement référence à ELIAS ou à GOFFMAN, c'est Franck REBILLARD qui reconstruira le terme plus tard[60].

Dans le même courant scientifique que les auteurs précédents, F. REBILLARD s'attache à montrer la lente sédimentation des différentes couches composant Internet (des communautés, des lecteurs/auteurs, des modèles économiques de production/publication, des discours d'escorte), un parcours socio-historique sur lequel nous reviendrons car il nous semble convenir pour expliquer la formation des dispositifs de traitement des données personnelles et les formes de régulation qui les ont accompagnés[61]. Pour l'heure, dans sa conclusion, l'auteur entend faire se rapprocher à la fois le temps des processus et la double détermination de la politique et de l'économie.

---

[59] BOUQUILLION P., MIÈGE B., SÉGUY F., « Programme de recherche coopératif à la demande de Bouygues Telecom », Grenoble : GRESEC, Université Stendhal, 2004, 55 pages

[60] On pourra également s'intéresser à l'approche développée par Benoit LAFON dans son Habilitation à diriger des recherches en SIC : il s'agit d'une méthode à double focale, basée sur le temps court et sur le temps long. Le tuilage des deux temporalités offre ainsi une heuristique pour l'analyse des phénomènes médiatiques. LAFON B., *Les temps de la télévision : penser la communication médiatique télévisuelle dans les processus socio-politiques*, sous la direction de J. Bourdon et I. Pailliart, Laboratoire du GRESEC, Université de Grenoble, 03/12/2012

[61] REBILLARD, Le web 2.0 en perspective, 2007 ; voir chapitre 8 sur la configuration sociotechnique

> « Le développement des dispositifs de communication peut lui aussi être rapporté à ce processus dialectique entre démocratie et capitalisme. », (REBILLARD, 2007 : 128-129)

Selon nous, les dispositifs techno-sémio-pragmatiques, et plus largement sociotechniques sont une instanciation d'un cadre, pris comme ensemble de pratiques normées renvoyant à des épistémès ou des paradigmes. En plus du cadre de l'institution nominale que nous allons présenter ci-après, les dispositifs identitaires instancient selon nous deux autres cadres : celui de l'injonction à être (chapitre 4) et celui de la formation des opinions et du sens commun (chapitre 7). C'est d'ailleurs dans les tensions qu'ils opèrent (en leur sein et entre eux) que résident les enjeux de médiation de la vie privée.

Pour éclairer ce rapport d'instanciation entre cadre et dispositif, nous pensons ici qu'un parallèle peut être établi avec la notion d'avatar : il ne s'agit pas de faire référence à la métaphore employée dans les jeux (personnage de jeu de rôle, à la façon de ***Dongeons et Dragons***) ou les mondes immersifs (***Second Life*** ou ***World of Warcraft***), ni à celle apparentée à l'identité numérique (le profil constitué sur les réseaux socionumériques), mais de revenir au fondement étymologique et épistémique du terme : l'avatar est un terme sanskrit se référant à une incarnation divine (un Dieu prenant corps, comme dans la positivité catholique accordant une matérialité, une humanité au fils de Dieu). Dans la religion hindoue, Vishnu compte 10 avatars successifs (dont les derniers sont Rama, Krishna et Bouddha), chacun ayant été incarné afin de faire respecter le ***Dharma***[62], la Loi. Ainsi, un avatar est un dispositif (l'incarnation, la matérialisation) dont la finalité est d'appliquer/faire respecter un cadre (le ***Dharma***).

En retraçant les divers dispositifs identitaires (DI), nous pensons être en mesure d'éclairer le cadre qu'ils mettent en œuvre.

[62] Dans les langues héritées du cadre indo-européen, ***Dharma*** donnera en latin ***firmus***, forme, qui donnera fromage (littéralement moulé à la louche) puis information (entité mise en forme par un nom).

2. Le temps long des pratiques biographiques

Les dispositifs identitaires déploient des pratiques biographiques, comprises comme écriture de l'autre, sur trois époques (antique, classique, contemporaine), précipitant par des événements majeurs (la Révolution française et les attentats du 11 septembre) le cadre de l'institution nominale vers une acception de l'individu de plus en plus prégnante.

2.1, Décrire l'effort individuel

A, La réduction en esclavage

Si l'esclavage peut se comprendre par des approches socio-anthropologiques, économiques ou historiques, c'est la dimension sémio-technique qui nous intéresse ici. Ainsi, le signe fut l'un des moyens de marquer la distinction de statut social entre l'homme libre et l'esclave : qu'il s'agisse d'un signe apposé par le maître ou de celui que le maître voit dans la nature de l'autre et qui légitime sa réduction en esclave. À l'époque sumérienne (quatrième millénaire avant JC), la faute de l'esclave vaut marquage au fer rouge. Le *Code d'Hammourabi* (1750 avant JC) précise par exemple que les esclaves se distinguent par une mèche de cheveu, et qu'ils doivent être punis s'ils la coupent. Dans l'absolu, toute faute de l'esclave implique de lui couper une oreille. Mais ces affirmations reposent sur des lectures fragmentaires des archives parvenues jusqu'à nous, et sont galvaudées par une somme d'interprétations et de mythes (tels l'esclavagisme en Égypte[63]) qui rendent difficiles une appréciation fiable de ces pratiques sociales en situation[64]. Ainsi il n'est nulle part fait mention de signes distinctifs pour esclaves grecs ou romains. L'étymologie est alors une manière d'entrer en connaissance avec l'esclavagisme grec : le ***doulos*** est celui qui se trouve en situation de soumission avec l'homme libre (***eleuthera***), le ***oikotes*** est celui qui travaille dans la maison (de ***oïkos***, le domicile, ce qui donnera plus tard domestique). L'archéologie et l'histoire du droit montrent cependant que l'esclavagisme, en tant que système identitaire, se marque par l'attachement à une résidence : esclaves du Palais chez les Grecs, des latifundia dans la campagne romaine, des mines, etc.

63 MENU B., *Nouvelles recherches sur l'histoire juridique, économique et sociale de l'ancienne Égypte*, Paris : L'Harmattan, 2005

64 Pour plus d'informations sur l'esclavagisme pendant la période antique, lire DELACAMPAGNE C, *Une Histoire de l'esclavage, de L'Antiquité à nos jours*, Paris : Livre de Poche, 2002 ; ou ARIÈS & DUBY, 1985 : 57-74

Les politiques d'expansion territoriales font que les conquérants capturent des étrangers, dont la physiologie seule suffit à marquer le statut social : le mot esclave, d'origine latine, est un dérivé de slave. La même racine se retrouve en turc, l'Empire ottoman puisant ses esclaves dans la même région ainsi que dans le Caucase, notamment les femmes vouées au harem. D'ailleurs les eunuques arabes ou ottomans sont capturés parmi les populations noires. La castration n'étant pas systématique, la génétique permettait d'identifier immédiatement la paternité des enfants nés au harem. La couleur de la peau sera également l'un des signes prépondérant de l'identification des esclaves à partir du XIV^{ème} siècle en Europe.

Si l'esclave ne porte pas de signe sur la peau, ou si sa peau n'est pas le signe de son statut, celui-ci est de toute façon inscrit sur des registres. C'est principalement celui des galériens qui manifeste en premier le souci d'exhaustivité dans l'écriture du forçat : si pour moitié, les rangs sont remplis de volontaires (des miséreux qui espèrent une solde modique en ramant), le reste des galériens sont, surtout à partir de 1564 et la peine des galères des prisonniers enchainés (Charles IX), et plus encore avec la révocation de l'Édit de Nantes (1685, Louis XIV). Associé au colbertisme et à la rationalisation de la politique commerciale, mais également à la « pédagogie de l'effroi »[65] où « le supplice doit être éclatant » (FOUCAULT, 1975 : 45), la gestion des galériens va connaitre une réforme considérable : en effet, la mobilité des galériens – qui étaient convoqués d'un navire à un autre – exigeait des mises à jour constantes du registre de chaque navire, produisant au final un document raturé, inepte à répondre aux besoins d'identification et localisation des galériens, ni à l'allocation des ressources manœuvrières de telle ou telle galère. Un système d'étiquette métallique individuelle conservée dans une urne propre à chaque galère favorisera la gestion des forces de travail embarquées[66]. ANDERSON & SELTZER (2001) font référence à un système similaire pour les natifs américains aux États-Unis et les esclaves du Congo belge à la fin du XIX^{ème} siècle[67]. Dans ce cas, les étiquettes serviront également à établir la productivité des esclaves.

La prostitution et l'esclavagisme sexuel sont tout autant des pratiques qui reposent sur un registre : si quelques-uns ont été trouvés dans les ruines gréco-romaines datant du II^{ème} siècle avant JC, c'est

---

65 RAPPAPORT S., *La Chaîne des forçats (1792-1836)*, Paris : Flammarion, 2006

66 CASTAN N., ZYSBERG A., *Histoire des galères, bagnes et prison en France de l'Ancien Régime*, Paris : Privat, 2002. Lire également l'édition préparée par André ZYSBERG de MARTEILHE J., *Mémoires d'un galérien du Roi-Soleil*, Paris : Mercure de France, coll. « Le temps retrouvé », 1982, 363 pages. Pour un résumé, en lire la critique dans HOCQUET J.-C., Annales. Économies, Sociétés, Civilisations, vol.39, n°3, 1984 : 624-625. <www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/ahess_0395-2649_1984_num_39_3_283080_t1_0624_0000_002>

67 ANDERSON M., SELTZER W., "T*he Dark Side of Numbers : The Role of Population Data Systems in Human Rights Abuse*", *Social Research*, vol.68, n°2, 2001

principalement à partir de 1796, à Paris, que le registre de la prostitution est imposé. Alors que les exemplaires antiques étaient propres aux maisons closes, le registre de la prostitution de Paris est tenu à la Préfecture. Il sert à canaliser les modes de diffusion des maladies sexuellement transmissibles, mais également à taxer les prostituées et à pister leurs clients (création de la Brigade des Mœurs, ou Brigade mondaine, qui deviendra brigade de répression du proxénétisme, BRP)

Dans l'ensemble, le dispositif de l'esclavagisme (y compris sexuel) se signale par une externalisation du support identitaire en parallèle avec une administration centralisée : par la sémiotisation, par l'inscription dans un registre, puis dans la mobilité du support, enfin dans la finalité du dispositif de servir non pas à identifier un individu, mais à connaitre sa performance économique. Il s'agit donc d'une documentation sur l'homme, réifié à la fois comme marchandise et comme manouvrier.

B, La rationalisation des efforts

L'administration militaire est aussi un foyer du registre identitaire. Cette pratique se met en place petit à petit avant la Révolution, et surtout à partir de la conscription rendue obligatoire par la *loi Jourdan* de 1798.

Sous l'Ancien Régime, la composition des troupes tient plus d'un reliquat féodal où les barons et les comtes fournissent des bandes armées. Avec Colbert, chaque soldat dispose d'un livret militaire dans lequel est signalé son rattachement à un corps d'armée, signalant au passage l'organisation rationnelle de l'armée royale. En 1688, le Roi instaure des milices territoriales : c'est la première forme de conscription obligatoire.

L'historien Vincent DENIS, qui s'est attelé à écrire l'Histoire de l'identité sur la période de 1715-1815[68], fait se reposer la naissance de « l'identité de papier » sur trois causes essentielles :

- le vagabondage des mendiants, et le brigandage qui s'en suit ;
- l'errance des pestiférés (Peste de Marseille en 1720) ;
- et la démobilisation de la Grande Armée de Louis XIV après 1713.

Des documents sont alors remis à ces personnes, avec ordre de les présenter aux portes des villes et lors des contrôles d'identité qui s'instaurent à cette époque. Comme le fait remarquer V. DENIS, cette pratique du papier qui prend corps n'est accompagnée d'aucun discours de légitimation : la

[68] Denis V., Une Histoire de l'identité. France, 1715-1815, Seyssel : Champvallon, coll. Époques, 2008

science et la loi viendront bien plus tard. De plus, l'auteur insiste sur le caractère de continuité que la Révolution française n'aurait pas bouleversée (si ce n'est justement en légalisant ces pratiques et en les discutant à l'Assemblée). En cela, il procède – et se revendique – d'une lecture foucaldienne de la perpétuation des disciplines biographiques.

Michel FOUCAULT estime effectivement que c'est à ce moment (le tournant du XVIII^{ème}) que nait le principe du contrôle : étymologiquement, le soldat est enrôlé, il se voit associé un rôle (piquier, hallebardier, artilleur, fantassin, intendant, etc.). Le contre-rôle est le document sur lequel est inscrit ce rôle et qui permet donc de contrôler qu'un soldat tient son rôle. C'est un registre tenu en double[69]. C'est aussi le sens de la conscription, qui désigne ceux qui sont inscrits ensemble (sur le même document). Pour le philosophe, se trouve impliquée dans cette pratique l'une des sources du paradigme analytique qu'il poursuit de son étude dans ***Surveiller et punir, naissance de la prison*** (1975). En assignant un rôle à chacun, en décomposant ce rôle en autant de taches que nécessaire (y compris dans des gestes basiques comme la tenue du fusil), en faisant répéter ce rôle dans l'exercice quotidien, FOUCAULT voit se sédimenter un pouvoir cellulaire (découper), manouvrier (répéter), analytique (surveiller) et correctif (punir). Né dans l'armée, ce mouvement se perpétue dans l'hôpital, soucieux de cloisonner les maladies, et donc les malades, mais aussi les soignants et leurs stocks ; dans l'école, où le rang (sur le banc comme sur le podium) et le classement (dans la salle de classe comme dans la remise des prix) participent de l'incorporation de la surveillance ; dans l'usine enfin, où les ouvriers sont également enrôlés par leurs compétences, et donc leur formation, et où leurs tâches sont encore plus segmentées.

Les méthodes propres à l'organisation scientifique du travail et au taylorisme œuvrent à la même segmentation : c'est en observant la découpe des bœufs – la ***disassemby chain*** – dans l'abattoir de Chicago que Henri Gantt (assistant de Taylor et inventeur du diagramme qui porte son nom) eu l'idée de compartimenter les taches ouvrières. En associant à son observation celle que lui apporte les progrès photographiques (notamment la technique du ***motion capture*** qui découpe le geste en clichés), Gantt et Taylor participeront à la mécanisation de l'humain dont Chaplin se moque dans ***Les temps modernes*** (1936)[70]. Le diagramme de Gantt, utilisé pour l'ordonnancement des taches rejoint les nombreux indicateurs utilisés aujourd'hui en entreprise pour quantifier la productivité des agents en combinaison avec d'autres méthodes : tableaux de bords, processus qualité,

[69] Etym. : registre, de ***regeto***, porter ailleurs, en arrière, reporter.
[70] ZAMIATINE également, de manière tout autant ironique : « Comment ont-ils pu écrire des bibliothèques entières sur un Kant quelconque et remarquer à peine Taylor, ce prophète qui a su regarder dix siècles en avant ? », (1920 : 43)

compartimentation des communications privées et professionnelles, surveillance des documents créés, consultés, modifiés, bases de données des transactions effectuées ou du suivi de poste, traçabilité par badge ou GPS, vidéosurveillance[71], identifiants d'accès au système d'information, charte d'usage informatique associé au contrat de travail. Comme cette productivité détermine la rentabilité de l'entreprise (et souvent les dividendes versés aux actionnaires), le dispositif de production et de consultation de ces indicateurs prend une place stratégique dans l'entreprise. C'est l'une des missions des services de gestion du système d'information. Comme nous le verrons, à un échelon moindre, c'est aussi un pan complet de la formation professionnelle des assistants en BTS Tertiaire.

Liées à l'activité professionnelle, les pratiques du registre de l'humain produisent comme écriture d'abord le livret d'ouvrier : celui-ci, obligatoire au XIX^{ème}, doit être porté par le travailleur et rempli par l'employeur ; puis le *curriculum vitae* à partir des années 1950 inverse la pratique car c'est à l'ouvrier d'écrire sa biographie professionnelle ; enfin les bases de données des services de ressources humaines, en entreprise ou dans les agences d'emploi (intérim ou service public de type Pôle Emploi). Ces dernières agrègent la biographie, la compartimentation et la puissance du calcul statistique. Toutefois, il nous semble qu'elles ne font que reprendre la pratique de documentation de l'homme-marchandise des temps anciens.

2.2, Compter la population

Si les pratiques précédentes étaient associées à des individus en particulier (esclaves, prostituées, prisonniers, soldats, ouvriers), la propagation des pratiques liées à leur enregistrement va se déployer dans un mouvement similaire sur l'ensemble de la population.

[71] Ces derniers systèmes sous soumis à une obligation de signalement auprès de la CNIL. Si la finalité et la proportionnalité du dispositif ne sont pas conformes à la doctrine de la CNIL, celle-ci peut refuser le déploiement d'un tel dispositif. De ce fait, de nombreuses installations sont réalisées sans prévenir l'autorité compétente. Quelques fois, cela donne lieu à des procédures judiciaires : surveillance des salariés de ***Canal+*** (2002) ; actuariat basé sur la géolocalisation des assurés automobilistes chez ***Covea*** (consortium ***MAAF*** et ***MMA*** ; 2004) ; les enseignes ***Auchan*** et ***Leclerc*** poursuivies pour licenciement abusifs suite au croisement de données avec le fichier de clients (2004) ; vidéosurveillance des salariés de chez ***Lidl*** (2005) ; biométrie digitale chez ***Effia*** (filiale ***SNCF*** ; 2005) ; espionnage des employés de ***Carrefour*** (2006) ; ***Le Crédit Lyonnais*** pour inscription abusive de certains clients au fichier des interdits de la banque de France (2006) ; géolocalisation des employés de ***Spie Communications*** (2009) ou ***Mille Services*** (2010) ; barbouzerie avec les cadres de ***Renault*** (2011) ou les clients et salariés d'***Ikea*** (2011)

A, Recensement

L'ordonnance de Villers-Cotterêts (François I[er], 1539) oblige les paroisses à tenir un registre des naissances et des sépultures. Ceux-ci existaient précédemment, mais restaient à l'initiative du clergé local. Plus tard, les mariages seront également enregistrés[72]. En 1667, le Code Louis impose une tenue en double de ces registres. Le contexte religieux, avec la Réforme protestante, mais également le contexte régalien, avec la levée de l'impôt, voient les pratiques converger dans un mode procédural, pour la rédaction des actes notariés et le respect du droit patrimonial. Cela exige que l'État s'approprie petit à petit l'identité, notamment en faisant fi des questions de religion (les protestants et les juifs seront également inscrits sur les mêmes registres que les catholiques à partir de 1787). En procédant de la sorte, l'État légalise les individus et en fait des sujets de droit, de droits et de devoirs. La connaissance démographique, le savoir sur les populations, permet en effet d'anticiper les décisions de nature politique et économique (les recettes fiscales, les charges de service public.

La comptabilité statistique produite à partir des registres d'état-civil aboutit au principe du recensement. Encore une fois, cette pratique n'est pas propre ni à l'Occident, ni à la période classique : en Chine, pendant la période Han (210 avant JC), un recensement aurait révélé l'existence de plus de 57 millions d'habitants[73]. Il y aurait eu près de 400.000 esclaves au plus fort de la période grecque, et entre 2 et 3 millions pendant la période romaine[74]. Si ces chiffres laissent entrevoir l'administration nécessaire à un tel dénombrement, la rareté des exemples montre tout autant qu'un tel projet n'a pu se réaliser fréquemment. Pendant le Moyen-âge, en France, et même pendant la période classique, quelques rares recensements sont opérés par l'Église ou l'État (par Colbert en 1664), au service de la fiscalité royale ou, *via* les tables de mortalité, au service de l'épidémiologie. C'est seulement à partir de 1802 (en application d'une loi de 1791) qu'un recensement national est conduit tous les cinq ans. Outre la logique administrative du bonapartisme, ce sont aussi les progrès de la statistique qui permettent de tels traitements[75]. Le bureau de la Statistique générale de la France est créé en 1840 et est rattaché au Ministère du

[72] « Les registres de mariage et de sépulture étaient des livres de compte où les curés inscrivaient, pour en assurer le recouvrement, la rémunération due par les fidèles qui ne l'acquittaient pas immédiatement », GARAUD M., ***La Révolution française et la famille***, Poitiers : PUP, 1978

[73] LEMOY C., ***De l'Asie à l'Amérique précolombienne***, Paris : Lemoy, 2006

[74] DELACAMPAGNE, 2002. ***op.cit.***

[75] Étym. : statistique, de ***statita***, l'État. Ensemble des connaissances sur l'État.

Commerce : il donnera naissance à l'INSEE en 1946. Le bureau du recensement (*The Census Office*), aux États-Unis, existe depuis 1902[76].

B, Carte d'identité

Les pratiques administratives en termes de titres d'identité sont très différentes d'un pays à un autre : aux États-Unis, la carte d'identité n'existe pas, il n'y a pas de carte au niveau fédéral. La *Social Security Card*, qui est établie à cet échelon, ne comprend pas de photo et ne peut pas servir en cas d'identification visuelle. Le permis de conduire est utilisé dans les usages (pour les personnes majeures de plus de 21 ans et ayant passé leur permis). En Asie, le ***huji*** ou passeport intérieur remonte aux temps des premiers empires chinois : il sert à localiser un individu par rapport à un territoire et conditionne sa circulation parmi les provinces. Il détermine également son accès aux soins, à l'éducation et bien évidemment au logement. Le ***propiska*** de l'URSS ou le ***pass law*** sud-africain attribuaient les mêmes droits et limites à leur propriétaire. Si ces deux derniers documents ont depuis disparu, le ***huji*** – encore en vigueur en Chine – est aujourd'hui l'objet d'une remise en cause aussi bien pour des raisons politiques par les citoyens que pour des raisons économiques par les entrepreneurs en quête de main d'œuvre.

En France par contre c'est un dispositif qui remonte d'abord à 1920 (mais connait dans la pratique un déploiement mitigé du fait de contraintes techniques) [77] puis à 1940 où le gouvernement de Vichy la rend obligatoire, principalement pour assoir sa politique de collaboration sur la déportation des juifs[78]. En 1955, elle devient facultative par décret mais reste ancrée dans les usages et les représentations : de nombreuses personnes croient encore à son caractère obligatoire. Avant cette carte, l'identification d'un individu était certifiée par un tiers (membre ou proche de la famille, employeur, notable, etc.), ce qui permettait facilement d'usurper une identité. L'imaginaire public a conservé en mémoire l'Affaire Martin Guerre (1560). C'est cette volonté de garantir l'identité, par des méthodes plus objectives que l'affinité avec un tiers, et afin de garantir le commerce et l'héritage que les dispositifs identitaires vont se mettre en place ; des motivations politiques, voire idéologiques sont également à l'œuvre comme le montre la genèse vichyste de la carte nationale d'identité (CNI). Dans un contexte numérique, où l'usurpation serait facilitée, la

[76] <www.census.gov/history/www/census_then_now/1902_census_act>
[77] PIAZZA P., « Septembre 1921 : la première "carte d'identité de Français" et ses enjeux », *Genèses*, vol. 1, n°54, 2004, p.76-89
[78] CRETTIEZ X., PIAZZA P., *Du papier à la biométrie : identifier les individ*us, Paris : Les Presses de Science Po, 2004

certification d'identité devient un enjeu économique stratégique. On le retrouvera dans les discours accompagnant les projets de carte nationale d'identité électronique sécurisée (CNIES) ou carte biométrique ; aux États-Unis, avec le *National Strategy for Trusted Identities in Cyberspace* (NSTIC).

2.3, La surveillance du commun

A, La logique contre-insurrectionnelle et la sécurité intérieure

Si la Révolution industrielle motive des pratiques biographiques en contexte professionnel, elle est tout autant éclairante pour signaler ces pratiques en milieu urbain. En effet, l'exode rural associé au progrès de la médecine, à la concentration des centres de production à proximité des lieux de résidence (quitte à construire des logements à côté des usines), expliquent la démographie galopante des villes du XIX^{ème} siècle. Et le besoin de contrôler les populations qui s'y agrègent. L'un des premiers signes de ce contrôle social est la numérotation des rues, prémisses de la géolocalisation des individus[79]. Mis en œuvre à partir de 1750 dans les capitales européennes et les grandes métropoles occidentales (New York en 1793), cette pratique va se diffuser jusque dans les bourgs et les hameaux pendant tout le XIX^{ème}. Si elle rencontre des formes de sabotage de la part des locataires principalement, la discrétion, la labilité et le faible coût en font une technologie de pouvoir facilement déployée et admise par la population. De plus, les opérations d'aménagement urbain (Haussmann, XIX^{ème} s.) et la compartimentation des quartiers facilitent le contrôle social (en limitant la mixité ou la proximité entre prolétaires et bourgeois[80]). L'usage du chiffre se retrouve également dans la numérotation des véhicules (la plaque minéralogique remonte à 1783) et l'association avec un titre nominatif et géolocalisé.

Cependant, les conditions sociales de l'époque font que les mouvements d'insoumission, de révoltes, se multiplient. La criminalité est le corolaire de l'expansion urbaine, et la rationalité permet là aussi de juguler les débordements sociaux. Les propositions du moment visent à compléter par l'architecture ou par la collecte d'informations un contrôle social plus efficace. Deux doctrines s'opposent à ce moment : la première visant à l'harmonie, la seconde à la répression. Des

[79] CICCHINI M., « Numéroter les maisons pour pouvoir localiser et identifier les personnes », *Le Courrier*, 19/05/2009, <lecourrier.ch/numeroter_les_maisons_pour_pouvoir_localiser_et_identifier_les_personnes>

[80] Comme le signale B. OLLIVIER, les bourgeois et les nobles sont « outrés de se voir affecter les mêmes modes de classement que les autres sujets du royaume », (2007 : 65).

projets urbains ou péri-urbains comme les Salines royale d'Arc-et-Senans[81], puis les familistères de Saint-Simon[82] ou le phalanstère de Fourier reposent sur une distribution harmonieuse d'une part des lieux de vie, de production, d'alimentation et d'éducation ; d'autre part des populations qui vont y vivre : familles, communauté d'entreprise, ou couples constitués par une étude statistique des passions. Ainsi Charles FOURIER, ayant dénombré pas moins de 810 passions et sous-passions différentes, propose d'unir 1620 personnes (hommes et femmes de chaque passion) et de les loger dans son phalanstère. L'une des règles de vie du phalanstère est la transparence : chaque famille est en droit de surveiller les autres, et doit accepter la surveillance que pratiquent les autres familles. C'est cet équilibre dans la surveillance qui doit conduire, avec l'équilibre numéraire des passions, et des activités, à l'harmonie sociale[83]. Cette transparence rejoint le projet du panoptique de Jeremy BENTHAM[84]. Situé dans la logique de répression, le panoptique désigne d'abord une prison, dont l'architecture permet au gardien de surveiller les agissements de chaque détenu sans qu'eux, par un système de contre-jour, ne puissent deviner s'ils sont présentement l'objet de la surveillance du gardien. Comme le notera Michel FOUCAULT qui a basé une partie de sa réflexion sur ce projet, l'efficacité du dispositif ne repose pas sur l'omniscience du gardien, mais sur la conscientisation par les détenus de la possibilité de son regard. C'est une technologie de pouvoir qui n'a pas besoin d'être effective pour être efficace, mais dans la dialectique de FOUCAULT, c'est une technologie de pouvoir qui repose sur une technologie de savoir. Et celle-ci est encore plus efficace avec la deuxième proposition : la collecte d'informations.

Issue de la statistique, notamment via les travaux du Belge Adolphe Quételet, les technologies du savoir identitaire permettent dans un premier temps de fonder une science de la criminalité. En effet, pour le statisticien, qui collabore d'ailleurs avec l'eugéniste Francis Galton, il est possible de constituer le profil d'un homme moyen[85], véritable étalon à l'aune duquel on peut identifier

81 La cité radieuse de LE CORBUSIER, ou l'érection de Brasilia font partis de cet ensemble. Dans le domaine de l'imaginaire, l'abbaye de Thélème, l'*Utopia* de Thomas MORE, l'Eldorado de VOLTAIRE, France-Ville de Jules VERNE ou les espaces propres au *space opera* sont également à citer, tels Coruscant dans l'univers de Star Wars ou Fondation chez ASIMOV, les Cités obscures de SCHUITEN & PETERS, Cerclon chez DAMASIO A., ***La Zone du dehors***, Paris : La Volte, 2007 ; DisneyWorld chez DOCTOROW C., ***Dans la dèche au royaume enchanté***, Paris : Gallimard, 2008. Le livre (non traduit) est disponible en licence CreativeCommons à cette adresse : <www.craphound.com/down>.

82 Un exemple de familistère encore en activité à Guise (Aisne) : <www.familistere.com>

83 Dans le roman de ZAMIATINE, les appartements sont en verres, l'emploi du temps est calculé à la minute près, la répartition des activités est calculée pour satisfaire la population (y compris l'activité sexuelle). Le Clastre de Cerclon fonctionne également de cette manière.

84 BENTHAM J., *The Panopticon Writings*. London: Verso, (1791), 1995, p. 29-95

85 QUÉTELET A., ***Sur l'homme et le développement de ses facultés, ou Essai de physique sociale***, Paris : Bachelier, 1835

l'homme criminel[86]. Reprenant les théories de la physiognomonie, qui permettrait de reconnaitre aux formes du visage les compétences intellectuelles et sociales de l'individu, tout un arsenal de techniques est mobilisé pour prédire le comportement criminel. Pour cela, il faut enregistrer tous les crimes, et tous les criminels, afin de chercher chez eux des signes distinctifs de leur comportement anormal. Il convient donc également de définir une norme. Si cette dernière semble facile à établir par le législateur, et si les moyens de rééducation de manquent pas aux dires de FOUCAULT, l'établissement d'une anormalité semble plus difficile[87]. Néanmoins, la naissance de cette criminologie justifiera l'adoption par l'administration de techniques d'identification comme la dactyloscopie (capture des empreintes digitales, une technique mise au point par Francis Galton) et la photographie anthropométrique (Alphonse Bertillon, père du bertillonnage ou fichage policier)[88]. À partir ce moment (autour des années 1880-90) vont se rédiger des millions de fiches, à travers tous les pays ayant adopté le système de Bertillon, sur les criminels et autres délinquants. Le dispositif permettra de canaliser la récidive en comparant les empreintes prises sur les scènes de crime avec les fiches déjà établies. En ce sens, Alphonse Bertillon est considéré comme le père de la Police scientifique. Le fichier Canonge (trombinoscope des délinquants consulté par les victimes et témoins de violences) est l'héritier de ce système, de même que les fiches des renseignements généraux et la plupart des fichiers de police, de gendarmerie ou de justice. Non seulement ce mouvement montre l'effort de rationalisation mis en place par les pouvoirs publics, mais il signale également la volonté d'inscrire dans la loi ces pratiques (et les objets auxquels elles donnent naissance), participant ainsi à cette légalisation du fichage individuel.

Cependant, la reconnaissance de l'individu criminel est d'autant plus capitale qu'elle doit souvent se réaliser au cœur de la foule. Si le XIX^{ème} siècle marque ainsi la solidification des méthodes d'identification individuelles, et les inscrit au sein de la masse statistique, c'est pour mieux faire ressortir la singularité anormale au sein de la foule, elle-même anormale. Si Gustave Le Bon s'intéresse à la psychologie des foules (1894), il faut lire en prémisses ***Extraordinary popular delusion and madness of crowds*** de Charles MACKAY (1841). L'hystérie collective ne repose pas que

86 LOMBROSO C., *L'homme criminel. Étude anthropologique et psychiatrique*, Paris : Ancienne Librairie Germer Baillière et Cie, 1887

87 Dans une époque plus récente, on pourra citer l'étude de l'INSERM sur les moyens d'identifier les « troubles de conduite » chez les enfants de moins de trois ans ; une étude à partir de laquelle le Ministre de l'Intérieur Nicolas Sarkozy voulait fonder son projet de loi sur la prévention de la délinquance.
<www.inserm.fr/content/download/7154/55249/file/troubles+des+conduites.pdf>

88 BERTILLON A., « Notice sur le fonctionnement du service d'identification de la préfecture de police, suivie de tableaux numériques résumant les documents anthropométriques accumulés dans les archives de ce service » dans *Annuaire statistique de la ville de Paris*, 1887

sur des phénomènes surnaturels ou des représentations mentales exacerbées par des mythes ancestraux, elle peut aussi prendre source dans les bulles économiques, des rumeurs de variation sur les prix, ou sur l'embauche. Le poids des syndicats au XIX[ème], et du prolétariat en général, se manifeste dans des épisodes sanglants, racontés entre autres par HUGO ou ZOLA[89], et participant à une nouvelle mythologie de la foule incontrôlable. Le remède à ses déchainements populaires réside alors dans l'identification des meneurs, des conspirateurs, des chefs de meute. Si le vagabond ou le pestiféré incarnaient l'ennemi social avant les Lumières, la Némésis du Progrès prend forme dans l'insurgé, l'anarchiste (Ravachol sera démasqué par le bertillonnage). Là où la rénovation urbaine, la numérotation des rues, la mise en quartier des populations convergent, c'est dans la poursuite non plus de l'individu insurgé, mais des collectifs : répression des luddites, des canuts, des communards. Dans certains pays, le feu insurrectionnel arrive à prendre grâce à des formes de structuration avancées : l'IRA en Irlande, le parti bolchévique en Russie. La lutte contre-insurrectionnelle va donc s'orienter sur l'évitement d'un embrasement idéologique. Si les conflits se cristallisent dans les deux guerres mondiales, ils en ressurgissent autrement mieux armés après : aussi bien du côté des indigents que des indigènes luttant pour leur autonomie, que du côté des colons en proie à la conservation de leur pré carré. Dans ***La globalisation de la surveillance***[90], Armand MATTELART montre comment le bloc de l'Alliance atlantique a érigé en doctrine la lutte contre-insurrectionnelle[91], et comment cette doctrine prend appui d'abord sur des pratiques de cloisonnement, puis d'identification, et ce jusqu'à la fin de la Guerre froide. La villagisation consiste à créer un village ceinturé (postes-villages, hameaux stratégiques) en territoire insurgé afin d'y cantonner les autochtones, sous la double surveillance des colonisateurs et des chefs locaux (MATTELART, 2008 : 97-129)[92]. L'érection de murs autour de zones démilitarisées est une autre

[89] Qu'on pense aux ***Misérables*** (1862) ou à ***Germinal*** (1885)

[90] MATTELART A., ***La globalisation de la surveillance. Aux origines de l'ordre sécuritaire***, Paris : La découverte, 2008

[91] Les éléments du dispositif : troupes d'élite sur le modèle des SAS britanniques ; guerre urbaine sur le modèle de la bataille d'Alger ; réseau de coopération internationale initié par la CIA, principalement à travers les ***International Law Enforcement Academy*** (ILEA, situées au Botswana, à Budapest, à Bangkok, à Roswell, Colorado et au Salvador), et qui seront particulièrement actives en Amérique du Sud (au Chili, ce sont elles qui permettront le renversement de S. Allende ; l'instauration des juntes militaires au Brésil, en Argentine, en Colombie). C'est dans ce cadre que viendront enseigner par exemple les dirigeants d'IBM. MATTELART, 2007, p.121-123

[92] ***New villages*** construit par les Anglais pour relocaliser les Malaisiens, ***township***, ***concentration camp*** et ghetto sud-africains. Lire aussi pour l'Asie du Sud-Est, "***The Strategic Hamlets Program, 1961-1963***", ***The Pentagon Papers***, Boston : Beacon Press, 1971, vol. II, Chap.2. Document issu des commissions du Sénat américain. <www.mtholyoke.edu/acad/intrel/pentagon2/pent4.html>. Pour l'Algérie et les postes-villages, lire BELLAHSENE T., 2006, ***La colonisation en Algérie : processus et procédures de création des centres de peuplement. Institution, intervenants et outils. Les cas de centres en Kabylie du Djurdjura, 1857-1899 : une illustration, de la plaine vers la montagne***. Thèse de doctorat en architecture, Paris : Université de Paris-8. <www.bu.univ-paris8.fr/web/collections/theses/BellahseneThese1.pdf>

option[93]. L'espace Schengen est un territoire de droit protégé à ses frontières par un dispositif informationnel et policier : le système PARAFE permet un passage rapide aux frontières sur présentation d'un passeport avec données biométriques. Certains aéroports sont équipés de scanner corporel, ce qui ne va pas sans créer des polémiques sur l'atteinte à l'intimité des personnes. À l'intérieur de l'espace, le Système d'Information Schengen permet une collaboration police justice transfrontalière. De nombreux fichiers de police ou de justice d'un État membre sont ainsi consultables par un autre (cadre Europol). Les États adhérents à l'agence Interpol pratiquent également ce genre d'accès aux données personnelles de leurs citoyens[94]. Le pourtour de l'espace Schengen est quant à lui sécurisé par un ensemble de forces transnationales nommé Frontex.

L'identification quant à elle repose sur des moyens électroniques mis au point pendant la guerre[95]. Le réseau Echelon, pensé dès les années 40, et massivement déployé à partir des années 70, permet aux États membres[96] d'intercepter les communications publiques et privées sans recours à un juge[97]. Les missions d'Echelon sont multiples : identification des agitateurs publics à l'intérieur des États-Unis[98], mais surtout espionnage des partenaires économiques et politiques des États-Unis (décryptage des clés de codage du Parlement européen, interception des réponses aux appels d'offre d'entreprises concurrentes[99], etc.). Suite à quelques scandales retentissants (affaire

93 Projet du MacNamara Wall au Vietnam, barrières de Ceuta ou Melilla (dans la cadre de la doctrine « Forteresse Europe », <www.qub.ac.uk/research-centres/CentreforInternationalBordersResearch/Publications/WorkingPapers/CIBRWorkingPapers/Filetouplo ad,174398,en.pdf>, barrière israélo-palestinienne (*security fence* de Jerusalem), frontière États-Unis Mexique, "peace lines" de Belfast, mur de Berlin, DMZ de Corée, etc.. Lire à ce sujet les actes du colloque « Murs et frontières en relations internationales », colloque international organisé par la Chaire Raoul Dandurand, UQAM, Montréal, 2009. <dandurand.uqam.ca/evenements/evenements-passes/503-murs-et-barrieres-en-relations-internationales-apres-colloque.html>. Si ces frontières paraissent modernes, il faut se rappeler le Mur d'Hadrien au sud de l'Écosse, ou la Grande Muraille de Chine. Si elles paraissent trop militaires, il faut également garder à l'esprit les *gated communities* américaines, ces quartiers hyper sécurisés pour résidents fortunés.

94 Le système d'information d'Interpol est basé à Écully, dans la banlieue lyonnaise (69).

95 Interception des signaux radio (SIGINT) ou électroniques (COMINT)

96 États-Unis, Royaume-Uni, Canada, Australie et Nouvelle-Zélande ; rejoints plus tard par la Corée du Sud, la République Fédérale d'Allemagne (FRA), la Turquie et la Norvège

97 Duncan CAMPBELL est le journaliste anglais ayant « découvert » Echelon et dont la lecture des articles et les auditions ont conduit le Parlement européen à exiger le retrait du programme sur le territoire des États-membres, CAMPBELL D., "*Somebody's listening*", *The New Statesman*, 12/08/1988, p.10-12. Il y raconte comment les sous-marins spécialement équipés de l'*US Navy* passèrent des mois au fond des océans, branchés sur les câbles de télécommunication transatlantiques. Voir aussi CAMPBELL D., *Surveillance électronique planétaire*, Paris : Allia, 2001

98 Le projet Shamrock contribue à la « chasse aux sorcières » du sénateur MacNamara ; le projet Minaret est construit à l'encontre des opposants à la guerre du Vietnam et des partisans de la lutte pour les libertés civiles (Martin Luther King, Malcolm X).

99 Le conglomérat *Thomson* avait répondu à un appel d'offre pour un système de surveillance par satellite de la forêt amazonienne, afin de repérer les transits des narcotrafiquants à travers les frontières et sous la canopée. Echelon a permis d'attester des manœuvres de corruption du groupe et de fournir la grille de prix, proposée par

Watergate) et une nouvelle législation qui ne leur est pas favorable (*Privacy Act*, 1974), ces moyens d'écoute vont être réalloués au début des années 80 à la lutte anti-terroriste. Ce sont des groupes comme l'IRA, les Brigades rouges, l'ETA, la Fraction Armée Rouge qui vont les premiers être la cible des réseaux de surveillance. Puis viendront les groupes terroristes motivé par le conflit palestinien ou la révolution iranienne, jusqu'aux attentats du 11 septembre.

B, La doctrine post 11 septembre

Au lendemain des attaques sur New York et le Pentagone, la communauté américaine du renseignement doit rendre des comptes sur son incapacité à prévoir et empêcher ces attaques. Si l'allocation des moyens financiers à la seule composante technique est d'abord pointée du doigt, les accusés plaident la difficulté (et le risque) de convaincre et former des agents à des missions d'infiltration parmi des fanatiques religieux. C'est donc la composante technique qui va bénéficier de l'attention de l'administration Bush. Quarante-cinq jours après les attentats, le Congrès des États-Unis adopte l'*USA Patriot Act*[100]. Cette loi permet de :

- coordonner les efforts des agences de renseignements (NSA), de contre-espionnage (FBI) et d'espionnage (CIA), notamment par la constitution du *Department of Homeland Security* ;
- mener des investigations sans mandat judiciaire, y compris en-dehors du territoire étatsunien (perquisition, écoutes, détention extraordinaire[101]) ;
- qualifier des suspects de combattant terroriste ou combattant illégal qui permet une garde à vue sans mandat ni protection judiciaire[102] ;
- surveiller les communications électroniques opérés par des fournisseurs privés ;
- interconnecter et fouiller les silos de données collectées par les agences, y compris auprès de fournisseurs privés ou publics (bibliothèques, compagnies aériennes[103]).

Thomson, à l'entreprise *Ratheon* (constructeur des missiles *Patriot*) qui s'est alors alignée à la baisse, et a remporté le marché en s'appuyant à son tour sur des manœuvres de corruption (CAMPBELL, 2001).

100 *Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism Act*

101 *Extraordinary rendition* : terme désignant les détentions de combattants terroristes ou combattants capturés en-dehors des États-Unis et interrogés/torturés dans un pays allié.

102 Détention réalisée sur la base de Guantanamo, île de Cuba.

103 Le *Passenger Name Record* (PNR) est un ensemble de données personnelles centralisé par les compagnies aériennes (nom, destination, réservation d'hôtel, nature des repas pris à bord). Après les attentats du 11 septembre, les États-Unis se sont dotés d'un texte de loi permettant au FBI de consulter ces données pour les entrants, y compris ceux en provenance de l'Union européenne. Si le groupe de travail de l'article 29 (les CNIL européennes) ou la Cour européenne de Justice ont manifesté leur désaccord, dans la pratique ces données ont toujours collectées et consultées par le renseignement américain.

Reprenant tout un corpus sécuritaire précédent[104], le *USA Patriot Act* est un texte qui dans ses fondements a cependant une durée provisoire : prévu pour durer quatre ans, il a toutefois été renouvelé en 2006 puis en 2011, et ce malgré des dérives constatées et une jurisprudence qui a montré le caractère anticonstitutionnel de nombreux articles. Ce texte a néanmoins inspiré de nombreuses législations à travers le monde. En Angleterre, il inspire le *Anti-terrorism, Crime and Security Act* de novembre 2001, qui renforce notamment la durée de détention des suspects. À un autre niveau, les attentats du 11 septembre incitent les forces de l'ordre britannique, qui craignent une attaque similaire sur leur territoire, à reconsidérer leur doctrine d'engagement face à un kamikaze. Baptisée « Operation Kratos »[105], cette doctrine autorise à « tirer à vue pour tuer » (sans interpellation ni interrogatoire) à partir d'une convergence d'indices laissant supposer que le suspect pourrait être porteur d'un engin explosif. Après les attentats du 7 juillet 2005 à Londres, cette doctrine a conduit à l'assassinat d'un électricien brésilien dans le métro de Londres, Jean-Charles de Menezes, suspecté d'être un terroriste.

En France, la *Loi pour la Sécurité Quotidienne* (LSQ, 2001[106]) et la *Loi d'orientation et de programmation pour la sécurité intérieure* (LOPSI, aout 2002[107]) ont respectivement été proposées par les gouvernements Jospin (PS) et Raffarin (UMP). Tandis que la LSQ vise à démanteler les réseaux terroristes (quitte à exiger les clés de chiffrement des correspondances électroniques privées), la LOPSI prévoit de réorganiser le système d'information des agences de renseignement française. Ce vœu se concrétisera d'une part avec la fusion de la Direction de la Surveillance du Territoire (DST) et des Renseignements Généraux (RG) dans la Direction Centrale du Renseignement Intérieur (DCRI[108]), d'autre part dans le rapprochement de leurs fichiers respectifs. Fusionné dans un premier temps au sein d'EDVIGE (Exploitation documentaire et valorisation de l'information générale)[109], le rassemblement médiatico-associatif que ce fichier provoque nécessite de l'amender : nous y reviendrons dans la section suivante. EDVIGE devient alors EDVIRSP (Exploitation documentaire et valorisation de l'information relative à la sécurité publique), puis

104 *Foreign Intelligence Surveillance Act*, 1978 ; *Electronic Communications Privacy Act*, 1986

105 L'explication de la doctrine sur le site de la Police métropolitaine : <mpa.gov.uk/committees/mpa/2005/051027/13>

106 Loi n° 2001-1062 du 15 novembre 2001 relative à la sécurité quotidienne, <www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000222052>

107 Loi n°2002-1094 du 29 août 2002 d'orientation et de programmation pour la sécurité intérieure. <www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=INTX0200114L>

108 Surnommé « le FBI à la française ».

109 Décret n° 2008-632 du 27 juin 2008 portant création d'un traitement automatisé de données à caractère personnel dénommé « EDVIGE », <www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do ?cidTexte=JORFTEXT000019103207>

PASP (Prévention des Atteintes liées à la Sécurité Publique) et EASP (Enquêtes Administratives liées à la Sécurité Publique), et enfin TAJ (Traitement des Antécédents Judiciaires)[110], fusionnant à nouveau PASP et EASP : le premier sert à centraliser les données des enquêtes de moralité sur les candidats à des fonctions publiques (y compris les manutentionnaires des aéroports) alors que le second sert à identifier les potentiels fauteurs de troubles, et toutes les personnes qu'ils peuvent être amenés à rencontrer[111]. Le rapport publié par la Commission de contrôle des fichiers de police[112] et le rapport d'information sur les fichiers de police[113] font état respectivement de 36, 45 et 58 fichiers de police[114], mais tous s'accordent à montrer l'accélération récente du nombre de créations de fichiers ou applications.

La LOPSI sera confirmée et complétée par la loi pour la sécurité intérieure (LSI, 2003)[115], puis par la *Loi d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure* (LOPPSI 2, 2011)[116]. Ces textes, que l'on regroupe souvent dans les médias sous le terme générique de Lois Sarkozy, mettent en place un ensemble de disposition visant à réguler l'identité au-delà des simples questions de terrorisme. La préservation de l'ordre public, l'étendue des champs d'intervention de la Police et de la Justice, mais également le commerce et les partenariats avec des acteurs privés ou des États associés font partis des éléments consolidés par ces textes. Ils convergent avec d'autres dispositions, notamment la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN, 2004)[117] ou la loi Création & Internet (2009)[118] sur la surveillance du téléchargement d'œuvres culturelles : ces deux textes reviennent sur la notion d'identité numérique, statuant sur la conservation des données personnelles par les fournisseurs d'accès, la confidentialité des courriers électroniques, le défaut de sécurisation de son système de communication (wifi). Dans ce dernier cas, la loi crée un précédent

110 Décret n° 2012-652 du 4 mai 2012 relatif au traitement d'antécédents judiciaires, <www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=?cidTexte=JORFTEXT000025803463 >

111 À ce sujet, lire ce que nous avions écrit sur notre carnet de recherche en ligne : <www.identites-numeriques.net/12-11-2009/comparaison-de-discours-autour-deasp-et-pasp>

112 BAUER A., SOULLEZ C., VENTRE A.-M, *Mieux contrôler les fichiers de police pour protéger les libertés*. Paris : La Documentation française, déc. 2008 ; BAUER A., *Fichiers de police et de gendarmerie. Comment améliorer leur contrôle et leur gestion ?* Paris : La Documentation française, nov. 2009

113 Rapport d'information n°1548 sur les fichiers de police déposé le 24/03/2009 par Mme D. Batho et M. J. A. Bénisti, députés (24 mars 2009). <www.assemblee-nationale.fr/13/rap-info/i1548.asp>

114 Liste des principaux fichiers de police en annexe 3.

115 Loi n°2003-239 du 18 mars 2003 pour la sécurité intérieure. <www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=INTX0200145L>

116 Loi n°2011-267 du 14 mars 2011 d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure. <www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=IOCX0903274L>

117 Loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, <www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=ECOX0200175L>

118 Loi n°2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet, <www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020735432>

en exigeant de l'internaute qu'il fournisse la preuve de la sécurisation de son système, ce qui diverge de la doctrine précédente où c'était au requérant de fournir la charge de la preuve. Étant donné la complexité des systèmes de communication électronique installés à domicile, et l'expertise requise pour leur sécurisation, il risque d'y avoir un nombre très important d'internautes qui ne soient pas en mesure de garantir cette sécurité[119]. Dès lors que cette preuve n'est pas fournie, il y a présomption de culpabilité. C'est donc un inversement capital qui se déroule dans cette loi. Il nous semble, avec les mêmes enjeux mais pour des risques bien plus modestes, qu'elle rejoint la doctrine de la *Metropolitan Police* de Londres, et celle contenue dans l'ensemble des dispositifs présentés précédemment : comme l'exprime Armand MATTELART, la logique assurantielle prime désormais sur la logique accusatoire (2008 : 234-235).

C, L'ennemi global

Si le risque épidémique, terroriste, idéologique peut survenir de la foule et ou des migrants, et si les besoins économiques requiert une mesure des ressources humaines, la logique assurantielle veut que, sans distinction d'une anormalité, tous les entrants et les résidents d'un espace soit soumis à identification et surveillance, de même que doivent être soumises à ce contrôle l'ensemble des activités humaines.

Ainsi, dès le plus jeune âge, l'enfant est inséré dans ce dispositif : échographie, monitoring fœtal, badge clinique, calendrier de visite médical et courbes de poids appartiennent au domaine de la santé et sont irréfutablement des indicateurs pour la veille sanitaire que doit tenir un État. Ils sont également sources de normativité pour les parents qui, à la manière de Quételet, espèrent *a minima* « l'enfant moyen ». C'est cette angoisse qui produit aussi des discours d'attente sur les évaluations scolaires, et ce de la maternelle à l'enseignement supérieur. Pendant cette scolarité, outre « l'examen permanent » auquel l'élève est confronté, pour reprendre les termes de FOUCAULT, un appareillage informatique est déployé autour et au sein des établissements, notamment en ce qui concerne les lieux de restauration collective[120]. Ce déploiement est le fruit d'un lobbying fort, que ce soit par des

[119] Pour se prémunir de ce risque lié à l'incompétence des internautes, il a été proposé d'installer dans les boitiers de communication (les box) des « mouchards électroniques » audités par l'État. Lire ***HADOPI, les specifications fonctionnelles des moyens de securisation et considerations organisationnelles***, version du 31/03/2011 retrouvée sur <www.scribd.com/doc/53933925/SFH2>

[120] Pour la plupart des caméras de surveillance. Certains des dispositifs d'accès reposent sur une empreinte biométrique (scan palmaire). Ils requièrent une autorisation de la CNIL. Certaines crèches et écoles maternelles proposent aussi ce genre de sécurisation. Ces initiatives provoquent régulièrement des manifestations de

injonctions institutionnelles (la Base de données des Élèves du 1er Degré relève de la gestion économique des établissements) ou par des actions menées par des constructeurs de matériels ou de logiciels. Ainsi en 2004, l'association ***Privacy France*** a mis en ligne le « livre bleu » du Gixel (avant que celui-ci ne le retire)[121], le Groupement professionnel des Industries de composants et de systèmes électroniques. Dans ce document, on peut lire :

> « Acceptation par la population :
>
> La sécurité est très souvent vécue dans nos sociétés démocratiques comme une atteinte aux libertés individuelles. Il faut donc faire accepter par la population les technologies utilisées et parmi celles-ci la biométrie, la vidéosurveillance et les contrôles.
>
> Plusieurs méthodes devront être développées par les pouvoirs publics et les industriels pour faire accepter la biométrie. Elles devront être accompagnées d'un effort de convivialité par une reconnaissance de la personne et par l'apport de fonctionnalités attrayantes :
>
> - Éducation dès l'école maternelle, les enfants utilisent cette technologie pour rentrer dans l'école, en sortir, déjeuner à la cantine, et les parents ou leurs représentants s'identifieront pour aller chercher les enfants.
>
> - Introduction dans des biens de consommation, de confort ou des jeux : téléphone portable, ordinateur, voiture, domotique, jeux vidéo
>
> - Développer les services "cardless" à la banque, au supermarché, dans les transports, pour l'accès Internet, …
>
> La même approche ne peut pas être prise pour faire accepter les technologies de surveillance et de contrôle, il faudra probablement recourir à la persuasion et à la réglementation en démontrant l'apport de ces technologies à la sérénité des populations et en minimisant la gêne occasionnée. Là encore, l'électronique et l'informatique peuvent contribuer largement à cette tâche.

---

désaccord de la part des associations luttant pour le respect de la vie privée. Ainsi, les mairies de Neuilly-Plaisance (93), de Loches (37), Lons-le-Saulnier (39), Grasse (06), Le Havre (76), Gluiras (07), le principal du lycée de la Vallée de Chevreuse (91), de Maurice-Ravel (75) ou de Carqueiranne (83) et le Conseil général de Haute-Savoie (74) se sont-ils vus remettre un ***Big Brother Award***, une récompense délivrée par l'association Privacy France, sous le parrainage de l'ONG Privacy International.

[121] Le livre bleu du Gixel, dans sa version non expurgée, est accessible à cette adresse : <bigbrotherawards.eu.org/2004/Livre+bleu.htm>

Dans le partenariat public-privé qui se dessine, où a priori il suffit d'un peu de persuasion pour que les parlementaires aillent dans le sens des industriels, la sécurité doit être montrée sous un jour heureux. Plusieurs éléments manifestent de la dynamique de ce projet :

- dans LOPPSI2, le terme « vidéosurveillance » est rebaptisé « vidéoprotection »[122]. Les plans d'installation de caméras se multiplient sur tout le territoire, indépendamment de la taille des municipalités et de la criminalité constatée[123], mais également à l'intérieur des transports en commun ;
- le projet Périclès (Gendarmerie nationale), évoqué un temps en parallèle d'EDVIGE, consistait à croiser les fichiers de police et les données ouvertes du web de l'époque (autrement dit ***Facebook***)[124] ; si ce projet n'a pas abouti, la Direction générale de l'Armement a développé un « démonstrateur technique » nommé HERISSON (Habile Extraction du Renseignement d'Intérêt Stratégique à partir de Sources Ouvertes Numérisées), capable de surveiller les protocoles du web et du courrier électronique[125] ;
- enfin, l'adoption le 6 mars 2012 par l'Assemblée nationale du « fichier des honnêtes gens » parachève ce changement paradigmatique[126]. Ce fichier consistait à créer un « lien fort » entre la future carte nationale d'identité et le registre des titres électroniques sécurisés (base TES, qui contient déjà les passeports biométriques, et bientôt les futurs permis de conduire[127]). Un lien fort consiste à utiliser une empreinte (qui ne serait pas dans FAED) pour retrouver son titulaire via TES : la carte d'identité ne sert plus d'objet d'identification (lien faible où l'agent vérifie que la

122 Ce qui lui vaudra le Prix Novlang des Big Brother Awards 2010 :
<bigbrotherawards.eu.org/article1197.html>
123 600 caméras à Nice, 1200 à Paris contre 14 dans le centre-ville de Troyes, 12 caméras pour Baudinard-sur-Verdon (146 habitants, 1 caméra pour 12 habitants), 49 pour les 9000 habitants de Landivisiau, idem à Ploërmel (1 pour 183). A Grenoble, le quartier de la Villeneuve – où se déroulera notre enquête – sert de terrain expérimental pour un logiciel de reconnaissance comportementale,
<bigbrotherawards.eu.org/article556.html>
124 À lire dans deux articles du Figaro, en date de juin 2009 :
<www.lefigaro.fr/actualite-france/2009/06/20/01016-20090620ARTFIG00643-le-logiciel-pericles-permettra-de-recouper-tous-les-fichiers-existants-.php> et <www.lefigaro.fr/actualite-france/2009/06/20/01016-20090620ARTFIG00644-un-superlogiciel-pour-traquer-la-delinquance-.php>
125 DENIS C., « Le système Herisson », in SÉGUR P., LABROT E. (dir.) , ***Un monde sous surveillance ?***, Perpignan : PUN, 2011, p.209-225
126 Loi n°2012-410 du 27 mars 2012 relative à la protection de l'identité.
<www.assemblee-nationale.fr/13/dossiers/protection_identite.asp>
127 En vigueur à partir du 01/01/2013, le futur permis de conduire sera au format carte à puce. Journal officiel du 29/06/2012 : Arrêté du 14 juin 2012 modifiant l'arrêté du 20 avril 2012 fixant les conditions d'établissement, de délivrance et de validité du permis de conduire

> carte est dans le registre) mais de moyen d'enquête, elle met à disposition de la police l'ensemble des données personnelles des Français de plus de 15 ans. C'est – entre autres raisons – pourquoi le Conseil constitutionnel a retoqué cette loi[128].

Cependant, ce fichier des honnêtes gens existe déjà, pour l'heure sous forme fragmentaire : l'empreinte numérique d'un individu correspond à l'ensemble des fichiers créés lors de ses transactions avec des dispositifs identitaires (télébilletique, communication électronique, transaction bancaire, télédéclaration)[129]. L'un des enjeux de cette empreinte est de pouvoir l'agréger, la consulter et construire du sens à partir de la mise en relation des données qui la composent. Le sens ainsi produit peut prendre deux directions distinctes : au niveau commercial, il permet de qualifier des prospects, au niveau sécuritaire il produit des suspects[130]. Dès lors, tout le monde est soumis à surveillance : prospect et suspect ne font qu'un. C'est pourquoi, même si MATTELART se situe uniquement dans le cadre des politiques étatiques, il convient de parler avec lui d'une « globalisation de la surveillance » (2008).

Cette logique de généralisation de la logique assurantielle appliquée au niveau des politiques nationales renvoie à la controverse opposant Carl SCHMITT et Walter BENJAMIN sur le régime d'exception. Dans sa ***Dictature*** (1921) et dans ***Théologie politique*** (1922), le juriste et politologue allemand et nazi Carl SCHMITT estime que l'État est seul autorisé, de par sa souveraineté, à prendre des mesures d'exception (ces mesures reposent, chez le théoricien, sur l'identification et la dissociation du couple ami/ennemi, et pour ce dernier l'identification de l'ennemi intérieur et de l'ennemi extérieur). Si Walter BENJAMIN s'accorde dans une lettre à l'auteur sur cette définition de la souveraineté, il l'inverse en expliquant que la souveraineté nait (cause plus que conséquence) de cette capacité à adopter un régime d'exception. Il estime ainsi que ce régime d'exception devient ***in jure*** la norme politique : la suspension de la loi peut être inscrite dans le droit constitutionnel (article 16 de la Constitution de 1958 sur les pouvoirs exceptionnels, reconduction de l'USA ***Patriot Act***, doctrines du "***Shoot to Kill***" ou des "***Extraordinary rendition***"). Alors que SCHMITT théorise un état d'exception fictif (puisque l'exception n'est pas la finalité première de l'État, l'anomie reste

---

128 Décision n°2012-652 DC du 22 mars 2012, <www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/les-decisions/acces-par-date/decisions-depuis-1959/2012/2012-652-dc/communique-de-presse.105166.html>

129 Nous développerons cette « empreinte numérique individuelle » dans la I[ère] partie, page 103.

130 CdB [carnet de bord – voir en annexe 4], 12/11/2010 : entretien avec Cédric A., formateur BTS en comptabilité/gestion. « En marketing, on catégorise les individus en trois familles : le client qui achète, le prospect qui est qualifié pour acheter (pouvoir d'achat, besoins correspondant à la pyramide de Maslow, estime, sécurité, etc.), et tous les autres qui pourraient devenir des prospects. On les appelle des suspects ». Le carnet de bord sera présenté dans le chapitre 5, page 309.

une fiction juridique, une simple norme d'application du droit, une tactique de sauvegarde du pouvoir, la violence ne s'exerce que dans un cadre juridique), BENJAMIN théorise – dans une finalité critique – un état d'exception réel (un État qui prend l'exception pour principe normatif, la « violence pure » et autonome ne requérant pas d'autre cadre que celui de son application).

> « La tradition des opprimés nous enseigne que l'état d'exception dans lequel nous vivons est la règle. Nous devons parvenir à une conception de l'histoire qui soit à la hauteur de ce fait. Nous apercevrons alors clairement que notre tâche est de produire l'état d'exception effectif et ceci améliorera notre position dans la lutte contre le fascisme »

Pour AGAMBEN, une fois adopté, l'état d'exception ne peut plus s'arrêter, il y aura toujours des opprimés par l'État, et donc des ennemis pour l'État : la fonction des dispositifs identitaires s'attache alors à mettre à nu l'individu[131].

> « La sécurité s'est muée en obsession sécuritaire. La société globale a laissé transparaitre sa face globalitaire, à force de vouloir s'immiscer dans tous les espaces de la vie collective et individuelle. Les sociétés de contrôle articulées sur le mode de gestion managériale sont toujours bien en place, confortées qu'elles sont par les impératifs du capital financier. L'autonomie, la créativité, la réactivité, l'adaptabilité se sont installées comme éléments cardinaux du nouveau régime de vérité. Son envers : la grille des objectifs et la culture du résultat, l'intensification du travail, l'implication contrainte ou la servitude volontaire, la précarité, la propension à la culpabilisation du salarié puisque intégrant lui-même l'objectif qu'il se propose d'atteindre. Une sorte d'autocontrainte qui se combine avec les nouveaux systèmes de surveillance en permanence et à distance basés sur la puissance d'inquisition de la l'informatique. Ce qui a changé dans la dernière décennie, c'est que désormais ces sociétés de contrôle se

131 Sur la souveraineté et la violence légitime, BENJAMIN W., « Critique de la violence », *Œuvres I*, Paris Gallimard, (1921), 2000, p.215. Pour la lettre de reconnaissance de BENJAMIN à SCHMITT, à propos de la définition de la souveraineté, voir WEBER S., "*Taking Exception to Decision: Walter Benjamin and Carl Schmitt*", *Diacritics* , vol. 22, n°3/4, p. 5-18 ; pour la glose de SCHMITT à BENJAMIN selon AGAMBEN, lire GRANGÉ N., « L'État et la guerre : norme, référence, transgression », *Études internationales*, vol. 38, n° 1, 2007, p. 19-31. Dans cet article, la note n°7 fait référence à AGAMBEN G., « L'état d'exception », *Le Monde diplomatique*, 12/12/2002 (une analyse de la politique sécuritaire internationale des États-Unis après le 11-Septembre, et la constitution d'un sujet de droit hors-la-loi. Cette analyse sera développée dans AGAMBEN G., *L'état d'exception*, Paris : Seuil, 2003

> doublent de sociétés de suspicion. Des sociétés qui se prémunissent structurellement contre l'"insurgent".
> (…)
> L'exception a éclairé la normalité », (MATTELART, 2008, 234-235)

La génétique des dispositifs identitaires se déroule ainsi en trois temps, résumés ici à grands traits, avec trois accélérations manifestes : produire un homme-marchandise avec le colbertisme, repérer un insurgé au sein de la foule après la Révolution française, identifier l'ennemi global à l'heure du terrorisme. Cette globalisation incite également à inclure dans les pratiques de surveillance « l'homme normal », le consommateur, le citoyen, l'internaute, soumis à la même présomption et aux mêmes attentes que ces trois prédécesseurs. Dans ce parcours, les dispositifs identitaires créent un sujet de droit assujetti à un dispositif (prouver en permanence sa légitimité d'agent en transaction) et à un cadre épistémique basé sur des présomptions idéologiques (de contre-productivité, y compris sociale). Ainsi, la transformation du cadre épistémique des dispositifs identitaires renvoie à **trois niveaux d'enjeux : au niveau ontologique, il s'agit de se représenter l'individu, au niveau économique de se l'approprier, au niveau sociopolitique de l'assujettir**.

3. Convergence et spécificités des dispositifs identitaires contemporains

Si les dispositions successives au 11 Septembre perpétuent et précipitent le mode globalisant des dispositifs identitaires, la décennie qui depuis s'est écoulée a vu émerger des dispositifs identitaires en continuité (pour EDVIGE) et en mutation (pour les réseaux socionumériques, dont Facebook).

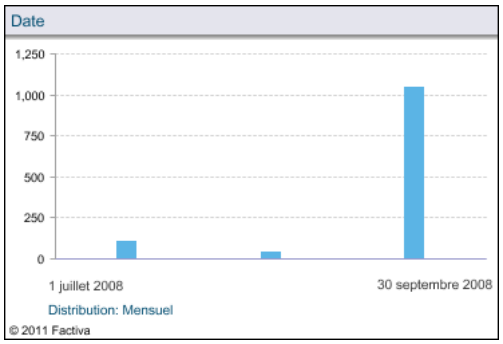
3.1, EDVIGE versus Facebook

La parution du décret instaurant EDVIGE (juin 2008) coïncide, en France, avec la vague d'inscriptions massives qu'a connu le site *Facebook*. L'interface du réseau socionumérique a été traduite en français en mars 2008. Sa médiatisation commence seulement à la rentrée scolaire, et elle se confronte à la contestation d'EDVIGE.

A, Traitement médiatique de la confrontation

L'âge et la nature des données collectées, mais aussi la procédure réglementaire (et non législative), ainsi que le flou relatif à la suspicion de trouble à l'ordre public (article 1, contraire à la doctrine précédente où la violence devait être actée) font se soulever un vent de contestation à l'encontre d'EDVIGE (PIAZZA, 2009). Un groupement d'associations, « Non à EDVIGE[132] », dépose une pétition et des recours auprès du Conseil d'État. La CNIL émet un avis réservé[133]. Même le Haut-commissariat des Nations unies aux Droits de l'homme a signalé l'atteinte aux droits civils et politiques[134].

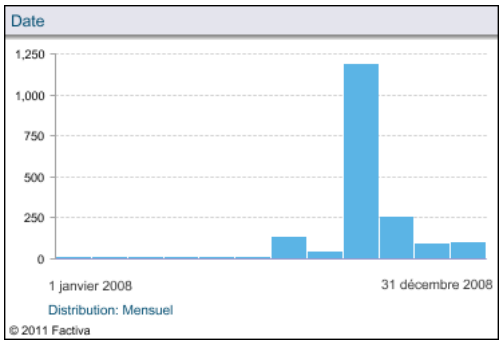
À la rentrée 2008, la presse (y compris à l'international) s'empare de cette affaire. Une requête sur la banque de données de dépêches d'actualités *Factiva*[135] nous renseigne qu'entre le 01/06/2008 et 30/09/2008, il y a eu 1192 publications (en langue française) contenant le terme 'EDVIGE' : 110 en juillet, 38 en aout, 1044 en septembre (Graphique n° 1).



Graphique n° 1 : Distribution mensuelle du nombre d'occurrences du terme 'EDVIGE' dans les publications en langue française, réalisée le 10/6/2011 sur le site Factiva

La requête *Factiva* portant sur toute l'année 2008 dévoile bien la disparition (médiatique et politique) du fichier, et ce dès le mois d'octobre (avec 233 occurrences ; Graphique n° 2).

132 <www.nonaedvige.sgdg.org/>
133 <www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000019104139>
134 <www.ccprcentre.org/doc/ICCPR/AR/A_63_40_volI_F.pdf>
135 Outil agrégeant plus de 30000 sources d'information gratuites et payantes (journaux, magazines, dépêches, retranscriptions de flux radio ou télé, sites web), <www.dowjones.com/factiva/sources.asp>



Graphique n° 2 : Distribution annuelle (2008) du nombre d'occurrences du terme 'EDVIGE' dans les publications en langue française, réalisée le 10/6/2011 sur le site Factiva

En aout 2008, *Facebook* annonce disposer de 100 millions de membres. Comme nous le verrons par la suite, ces chiffres sont à relativiser (un titulaire peut avoir plusieurs comptes, chapitre 5). Comme nous le verrons plus loin également (le modèle relationnel des bases de données, chapitre 2), l'éventail de données possédées par *Facebook* est largement plus étendu qu'avec EDVIGE : nous verrons ainsi que les modalités de collecte sont radicalement différentes, puisque la saisie est faite par l'intéressé (une procédure que nous nommerons « saisie endogène »).

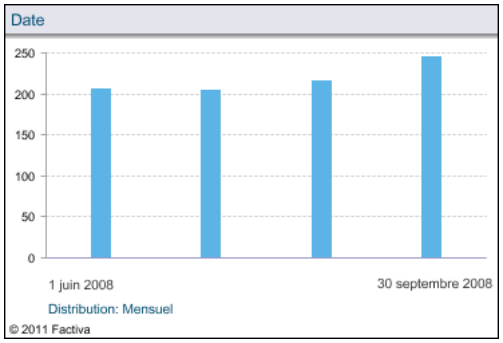
En introduction d'une conférence donnée en 2006 devant *l'American Association for Advancement of Science*, la sociologue danah BOYD déclarait à propos du site de socialisation alors dominant : « Il est possible que beaucoup d'entre vous aient entendu parler de *MySpace*, probablement en raison de la panique moralisante déclenchée par une couverture médiatique qui a mis l'accent sur le potentiel de prédation ou de harcèlement sexuel » (BOYD, 2006). Quelles est cette couverture médiatique ? Comment s'organise cette « panique moralisante » ? *Facebook*, à la suite de *MySpace*, suscite de nombreuses interrogations. Lors d'un documentaire diffusé sur TF1, le journaliste Emmanuel Chain compare Internet à une « cour de récré qui tue »[136], en raison de certains faits divers criminels où *Facebook* aurait servi d'espace de médiatisation pour le coupable ou la victime.

Avec les mêmes critères que pour la précédente, la requête '*Facebook*' menée sur *Factiva* signale seulement 872 occurrences : 206 en juin, 205 en juillet, 216 en aout, 245 en septembre (ill. n°3).

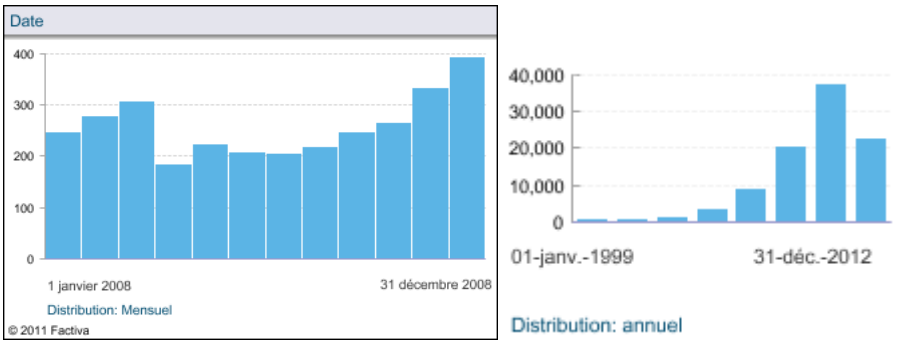
Pour l'ensemble de l'année 2008 (ill. n°4), nous obtenons 3093 occurrences. De sa création (le 04/02/2004, mais Factiva ne renvoie aucun résultat antérieur au 01/01/2006) jusqu'au jour de la

[136] *Magazine Haute Définition*, TF1, 29/03/2010

requête (10/06/2011), nous obtenons 60945 occurrences : 53 en 2006, 879 en 2007, 3093 en 2008, 8698 en 2009, 20119 en 2010, 37434 en 2011 (ill. 5).



Graphique n° 3 : Distribution mensuelle du nombre d'occurrences du terme 'FACEBOOK' dans les publications en langue française, réalisée le 10/6/2011 sur le site Factiva



Graphique n° 4 : Distribution annuelle (2008 à gauche) et depuis 2006 (à droite) du nombre d'occurrences du terme 'FACEBOOK' dans les publications en langue française, réalisée le 02/076/2012 sur le site Factiva

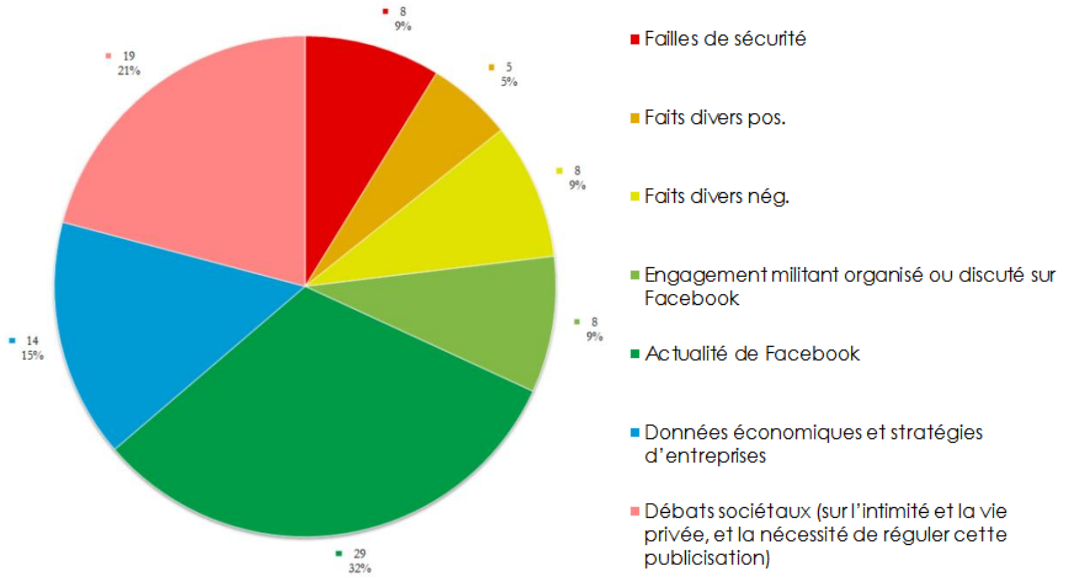
Nous voyons bien comment, sur ces quelques semaines à la sortie de l'été, autrement dit à la rentrée 2008, va commencer l'intensification du traitement médiatique de *Facebook*, et le début de la réflexion conduisant à cette thèse.

B, Univers sémantique des discours produits à propos de Facebook

Les titres de presse (web ou imprimé) sont révélateurs des discours produits, majoritairement dans le domaine du factuel si nous additionnons sans les doublons : en octobre

2008, 81 articles sur 100 ne contiennent pas de problématiques ou de questions de fond, tandis que 19% adoptent un style interrogatif ou un registre critique.

À partir de l'analyse de l'univers sémantique des titres récoltés[137], nous avons établi les différents domaines de discours émis (ill. n°6): failles de sécurité, faits divers (positif/négatif), engagement militant organisé ou discuté sur *Facebook*, actualité de *Facebook* (changement dans l'organigramme, statistiques, fonctionnalités), données économiques et stratégies d'entreprises (concernant également les concurrents de *Facebook*), adoption des réseaux socionumériques dans des logiques de marketing (*community management*, recrutement), débats sociétaux (sur l'intimité et la vie privée, et la nécessité de réguler cette publicisation).



Graphique n° 5 : Répartition thématique des articles de presse publiés sur Facebook en Octobre 2008

La lecture des titres fait aussi apparaître la part d'imaginaire, chez les journalistes comme chez les lecteurs. Ainsi, *Facebook* serait perméable, engendrerait moins de faits divers positifs (cinq cas de retrouvailles ou d'histoires d'amour) que négatifs (huit cas d'impudeur et mauvaise réputation, d'usurpation d'identité, voire de meurtres ou suicides « causés » par *Facebook*) ; le milieu économique serait aléatoire, oscillant entre le succès des uns et les difficultés des autres ; le site ou la logique du dispositif permettrait de mettre en visibilité des marques ou des personnalités, avec

[137] La liste complète se trouve en annexe 5, et le tableau synthétique en annexe 6.

un succès mitigé quand il s'agit du recrutement ; enfin, les articles de fond (dernier domaine), même s'ils prétendent à la critique, penchent en général en faveur d'une mise en garde, d'un nécessaire accompagnement, voire d'une régulation nationale ou transnationale.

Mais s'il fallait ne retenir qu'un traitement médiatique, emblématique de l'état d'esprit de l'époque, ça serait le documentaire ***Planète Facebook***, diffusé le jeudi 4 décembre 2008 sur ***Envoyé spécial*** (France 2, réalisateur : Jérémie Drieu). Pour se rendre compte de la perception que le site de réseautage social génère parmi la population (de téléspectateurs, et d'internautes), il faut se rendre sur le forum d'Envoyé spécial[138]. Dans cette « arène », on retrouve deux domaines de discours bien distincts :

- la pratique des recruteurs, la perte de temps et la débauche des adolescents, une pseudo-amitié, un manque de conscience des enjeux, la domination de la technique, la présence de la CIA et des RG, bref une surveillance et de la méfiance ;
- les retrouvailles avec les amis perdus, ou la famille éloignée, la victoire d'Obama, la liberté d'expression, et d'action, l'organisation d'événements caritatifs, bref une proximité retrouvée.

Mais surtout, nombre de participants du forum reprochent à l'émission un traitement caricatural, insistant moins sur les opportunités que sur les dérives engendrées par ***Facebook***, bref une instruction à charge, une diabolisation des réseaux socionumériques. L'un des participants du forum, Éric Delcroix, invite à lire son blog, où il analyse l'émission dans un billet. Il le peut d'autant plus qu'il a assisté le réalisateur dans l'identification des témoins.

Éric Delcroix est professeur associé (PAST) à l'université de Lille 3[139] : enseignant, il est aussi consultant ***print/web***, il revendique une expertise en réseaux sociaux et est l'auteur (entre autres) d'un ouvrage : ***Facebook, on s'y retrouve***[140].

Cette présentation d'Éric Delcroix n'est pas qu'une parenthèse : elle contient une pièce de la problématique sur l'identité numérique. En effet, qui sont les participants du forum ? Des pseudos : sky2001, LeeFH, oasis76, le chat noir et blanc, poulpenstring, etc. Comment établir – au-delà de l'identité – la légitimité de celui qui s'exprime, nécessaire à l'acceptation, voire la compréhension de ce qu'il exprime ?

---

138 <forums.france2.fr/france2/envoyespecial/Facebook-planete-sujet_9353_1.htm>

139 Par rebonds, il est possible de consulter le CV qu'Éric Delcroix a mis en ligne sur le site de réseautage professionnel ***Viadeo***. Nous l'avons aussi rencontré « dans la vraie vie », lors d'une journée d'étude.

140 DELCROIX E., MARTIN, ***Facebook, on s'y retrouve***, Paris : Pearson, coll. « Loisirs numériques », 2009

Nourris de l'actualité, les commentaires du billet renvoient à EDVIGE. À quoi tient cette convergence ? Quels sont les points communs entre un fichier de police français et un site web américain ? S'agit-il uniquement d'une représentation sociale, à questionner dans ses rapprochements, ou bien existe-t-il des critères catégoriques permettant de distinguer, et rapprocher, les deux dispositifs ?

3.2, Critères de différenciation des dispositifs identitaires contemporains

A, Tableau synoptique des critères de différenciation appliqués à quelques exemples

À partir des dispositifs présentés dans la section 2, « Le temps long des pratiques biographiques », il est possible de faire ressortir plusieurs critères de différenciation. Cette catégorisation nous permettra de faire ressortir des modes de fonctionnement récurrents, et par distinction des orphelins, des tendances émergentes dans les dispositifs identitaires contemporains que sont les réseaux socionumériques.

La plupart de ces critères fonctionne sur un mode binaire[141].

- individuel / global, selon que le dispositif identitaire (DI) concentre la production de données personnelles (DP) dans un document soumis à la responsabilité de son titulaire ou la concentre dans un registre
- immuable / caduque, selon la pérennité de l'identité ou des DP produite par le DI
- saisie unique / multiple des DP, selon le nombre d'opérateurs de saisie intervenant dans l'espace de production
- Encadrement limité (par la loi) ou illimité des données collectées
- Identification, selon que le DI traite les identités de manière nominative ou anonyme
- Fonction de sas ou de moniteur, selon que le DI régule les entrées et sorties ou les productions à l'intérieur d'un espace

[141] Nous les présentons dans le tableau en annexe 7, les critères sont accompagnés d'exemples illustratifs

- Agent humain / logiciel ou matériel, selon que le DI confie la collecte ou le traitement des DP à des agents humains ou à des agents logiciels
- Responsable public / privé du DI
- Respect des finalités affichées (ou non) du DI, selon l'exploitation faite des DP

Nous ne prenons pas en compte la paire normal / anormal. Si on observe les dispositifs identitaires par le prisme du contrôle propre à FOUCAULT dans ***Surveiller et punir*** (1975), l'une de leurs particularités est de reposer sur ce mode binaire. FOUCAULT le dit ainsi : « Toutes les instances de contrôle fonctionnent sur un double mode : celui du partage binaire et du marquage (fou-non fou ; dangereux-inoffensif ; normal-anormal) ; et celui de l'assignation coercitive (qui il est ; où il doit être ; par quoi le caractériser, comment le reconnaitre ; comment exercer sur lui, de manière individuelle, une surveillance constante, etc.) », (FOUCAULT, 1975 : 232-233). Dans ce mode, nous pourrions considérer que le dispositif est dédié soit à recenser une population dans sa globalité (mode normal) ou seulement des individus ne répondant pas à des critères de normalité (mode anormal). Nous considérons cependant que ce critère est caduque depuis que le cadre épistémique repose sur la notion de surveillance globale, c'est-à-dire où l'anormalité serait la moyenne. Considérant même aujourd'hui que toute identité est singulière, et en rien identique aux autres, il parait logique dans ce cadre de considération de penser que toute identité est anormale, qu'il n'y a plus de normalité, et que pour compenser – toujours dans la logique foucaldienne – il y a besoin de normativité.

Si le mode binaire échoue à tout modéliser, vu l'inanité de l'opposition normal/anormal, nous proposons en complément d'autres critères en mode multiple pour différencier les dispositifs identitaires ou les éléments qui les composent (acteurs, documents, matériel, processus).

B, Application des critères aux réseaux socionumériques

Il est fort probable que tous les cas de figure n'ont pas été répertoriés, mais ces critères doivent permettre d'analyser plus finement un dispositif identitaire[142].

- registre seul / registre avec titre / titre sans registre, selon que le dispositif apparie ou non l'enregistrement (ligne de registre ou fiche individuelle) avec un titre remis au titulaire

[142] Annexe 8, les critères sont illustrés par des exemples

- Mode de traitement des DP : calcul, comparaison, agrégation
- Consultation (par un tiers) des données personnelles selon les règles du dispositif et les pratiques des agents : consultation préservée (avec tiers autorisé), poreuse (tiers non autorisé), ou ouverte à tous.
- Droits du titulaire selon les règles du dispositif et les pratiques des agents : droit d'information, d'accès, de rectification, de suppression
- Identité de l'opérateur selon le mode de saisie (endogène : le titulaire est l'opérateur ; exogène : l'opérateur est un tiers)
- Niveau de proximité des données personnelles, selon la façon dont le dispositif apparie le titulaire et ses données : incorporation, uniformisation, médiatisation ou informatisation

Pour en revenir à la comparaison EDVIGE-*Facebook*, nous proposons de redéfinir les deux dispositifs à l'aide de nos critères. En ce qui concerne EDVIGE, nous basons notre comparaison sur le décret n° 2008-632 du 27 juin 2008 ; comme le fichier a depuis été annulé, nous prenons aussi en considération ses remplaçants EASP (décret n° 2009–1250 du 16 octobre 2009) et PASP (décret n° 2009–1249 du 16 octobre 2009)[143].

Pour parachever cette comparaison, nous proposons maintenant de formuler la définition synthétique des deux dispositifs, et nous soulignons les différences :

- EDVIGE/PASP/EASP (et les fichiers de police en général) sont du type registre global avec des fonctions de sas et de moniteur produisant une fiche individuelle immuable par agrégation des données personnelles ***limitées sans droits d'information, rectification ou suppression accordés au titulaire,*** saisies par un tiers-opérateur humain, consultées par des tiers ***autorisés*** et au profit d'un ou plusieurs organismes ***publics*** respectant a priori les finalités affichées ***d'administration*** et de ***sécurité*** dans un cadre épistémique de surveillance avec de possibles finalités ***idéologiques*** ;
- ***Facebook*** (et les réseaux socionumériques en général) sont du type registre global fonctionnant comme sas et moniteur avec fiche individuelle immuable agrégeant, calculant et comparant des données personnelles ***illimitées saisies par le titulaire et des tiers-opérateurs*** humains ou ***logiciels***, consultés par des tiers ***pour partie non identifiés*** au profit d'organismes ***privés*** respectant a priori les finalités affichées de ***socialisation***

[143] Tableau de comparaison en annexe 9

dans un cadre épistémique de surveillance ***mutuelle*** mais avec de possibles motivations ***financières***.

Ainsi, il est possible de percevoir les points de rapprochement entre les deux dispositifs : ils partagent un même cadre épistémique, mais si la surveillance de ***Facebook*** n'opère pas comme celle de l'État, le procès de civilisation auquel participe le site est le même que celui du fichier de police. Cependant, la différence majeure entre les deux DI est que ***Facebook*** met en place de plus nombreuses opérations de traitement sur les données personnelles sans cadre réglementaire de collecte. Il repose en effet sur une modalité de saisie que nous appelons « endogène », dont la représentativité et l'affectivité diffèrent largement de celles des fichiers d'État.

3.3, Invariants et mutations des dispositifs identitaires

A, Le pouvoir adamique

Les dispositifs identitaires ont en commun de reposer sur l'institution des identités. Nous empruntons à la mythologie biblique l'expression de « pouvoir adamique », où Dieu donne à Adam le droit de nommer toutes les choses de la Création :

> Genèse : 2.19— L'Éternel Dieu forma de la terre tous les animaux des champs et tous les oiseaux du ciel, et il les fit venir vers l'homme, pour voir comment il les appellerait, et afin que tout être vivant portât le nom que lui donnerait l'homme.
>
> 2.20— Et l'homme donna des noms à tout le bétail, aux oiseaux du ciel et à tous les animaux des champs ; mais, pour l'homme, il ne trouva point d'aide semblable à lui.

Plongé dans le silence parce qu'il ne peut se nommer, Adam l'homme (en hébreu ***isch***) se voit manipulé par Dieu qui en extrait une côte et façonne ce qu'Il appellera femme (***ischa***). Si l'homme ainsi est capable de nommer les choses, il ne semble pas capable de le faire pour lui-même. Le mutisme d'Adam est plus fort encore dans l'Islam, où le pouvoir adamique ne peut trouver place. Dans la 2ème sourate du Coran, dite ***Al-Baqara***, verset 31, il est dit : « Et Il apprit à Adam tous les noms (de toutes choses) ».

Il y aurait une impasse à l'autonymie, et l'on pourrait voir comme un blasphème la tendance à vouloir identifier, ou nommer, voire même représenter ce qui relève de l'humain (une impasse qui ressurgira dans le conflit des iconoclastes et des iconodules). Cela ne doit pas être confondu avec

le baptême, dont la pratique contemporaine se résume à attribuer un prénom au nouveau-né (même spirituel, comme pour ceux qui entrent dans une communauté religieuse). A l'origine, le baptême est une affirmation publique de sa foi, et donc de l'entrée dans une nouvelle vie. C'est pour manifester la nouveauté qu'un nom ou prénom sont donnés à l'impétrant nouvellement baptisé. Comme Adam, ce n'est pas lui qui se nomme. BOURDIEU disait que « nommer, c'est institutionnaliser une identité »[144]. Nous préférons parler d'institution de l'identité, l'institution désignant pour nous le processus d'instituer et non l'organisation en charge de ce processus. Dès lors, les dispositifs identitaires doivent être appréhendés comme des appareils de production d'identités dans un cadre déterminé par ceux qui disposent du pouvoir adamique : il peut s'agir d'un cadre épistémique religieux (appeler ses enfants du nom des apôtres ou des personnages de la Bible), patriotique (les héros de la Nation) ou culturel (les héros de fiction)[145].

Dans un mouvement de centralisation ascendante (des agents au registre), les dispositifs identitaires agrègent des données personnelles pour former une identité. Dans un mouvement inverse (du registre à la fiche), les DI permettent la consultation du document-identité. Ce double mouvement nous amène à **considérer les dispositifs identitaires dans leur ensemble comme des espaces de production de données personnelles et d'identités multi-situés** (sur chaque galère, dans chaque établissement chaque service) **et des espaces de réception** (des données personnelles et des identités) **également multi-situés** (dans chaque commissariat, dans chaque bureau de vote, chaque site web). En cela, ils nous invitent une fois de plus à les approcher de manière sémio-pragmatique.

Ainsi, dans le modèle de Roger ODIN, le mode documentarisant semble convenir pour spécifier les dispositifs identitaires : il y a indubitablement « production d'informations sans contrainte sur la forme » (fiche, registre, bases de données, comme nous le verrons dans le chapitre deux), il y aurait « construction d'un énonciateur réel interrogeable en termes d'identité, de faire et de vérité » dans la mesure où l'institution peut être considérée comme un énonciateur réel, la question de la vérité devant être modérée selon le mode constructiviste propre aux concepteurs (chapitres 2 et 3) et selon l'affectivité propre aux usagers (II^{ème} et III^{ème} partie).

144 BOURDIEU P., « L'identité et la représentation », Actes de la recherche en sciences sociales, vol.35, novembre 1980. L'identité. pp. 63-72.

145 Cette forme d'onomastique est aussi présente dans les œuvres de fiction du type anticipation politique comme *Le meilleur des Mondes* (Bernard Marx ou Lénina Crowne), *1984* (Winston Smith, prénom de W. Churchill et nom de famille le plus répandu au Royaume-Uni), *Nous autres* (D503)

B, La saisie endogène

Les derniers modèles participant au mouvement historique de la biographie apportent une modalité nouvelle dans ces espaces de production et de réception. En effet, depuis les premiers dispositifs de l'Antiquité, l'identité d'un titulaire était toujours le fait d'un tiers : le maitre et l'esclave, le commandant et le soldat, le fisc et le contribuable, le médecin et le patient, l'enseignant et l'élève, l'employeur et le travailleur, l'agent de police et l'insurgé, le gouvernant et le gouverné ont toujours été dans le rapport où le premier est un agent du pouvoir adamique ou classificatoire appliqué au second. Les réseaux socionumériques, parce qu'ils coïncident avec un cadre paradigmatique (celui de l'injonction à être soi, chapitre 4), reconfigurent cette relation, et donc la production de l'identité. En effet, celle-ci est dorénavant le fait – partiel cependant – du titulaire, qui est le propre opérateur de la saisie de ses données personnelles. La saisie endogène du titulaire s'oppose donc à la saisie exogène du tiers. Cependant, les deux modalités incarnent de manière égale le pouvoir adamique : l'une comme l'autre aboutissent à la création d'une identité. C'est le nom de famille (gentilice, patronyme ou matronyme) d'un côté, et de l'autre le pseudonyme ou nom de plume. Le cadre de référence diffère donc dans les deux cas. Ainsi, **nous appelons saisie exogène la production d'identités et de données personnelles selon le cadre interprétatif d'un tiers** (ce qu'un agent de police interprète de l'agir d'un individu), tandis que no**us appelons saisie endogène la production d'une identité et de données personnelles selon le cadre interprétatif du titulaire**. Dès lors que cette production se situe à l'intérieur d'un cadre interprétatif, et si l'identité de l'opérateur de saisie est un critère de différenciation, il explique par ailleurs que nous n'avons pas conservé parmi ces critères celui de la véracité des données collectées dans l'espace de production. En effet, c'est bien la subjectivité de l'opérateur (y compris à l'intérieur d'un cadre institutionnel) qui opère de manière herméneutique sur les phénomènes issus de l'être et de l'agir individuel (au sens phénoménologique du terme, et selon la phénoménologie de SCHÜTZ), tel que le verrons par exemple avec les agents des centres de supervision urbaine (chapitre 2, section 2.2.B).

Nous proposons alors comme point final une typologie des dispositifs identitaires regroupés en quatre quadrants avec comme critères d'une part les fonctions du sas et celle du moniteur, d'autre part la fonction de saisie, endogène ou exogène.

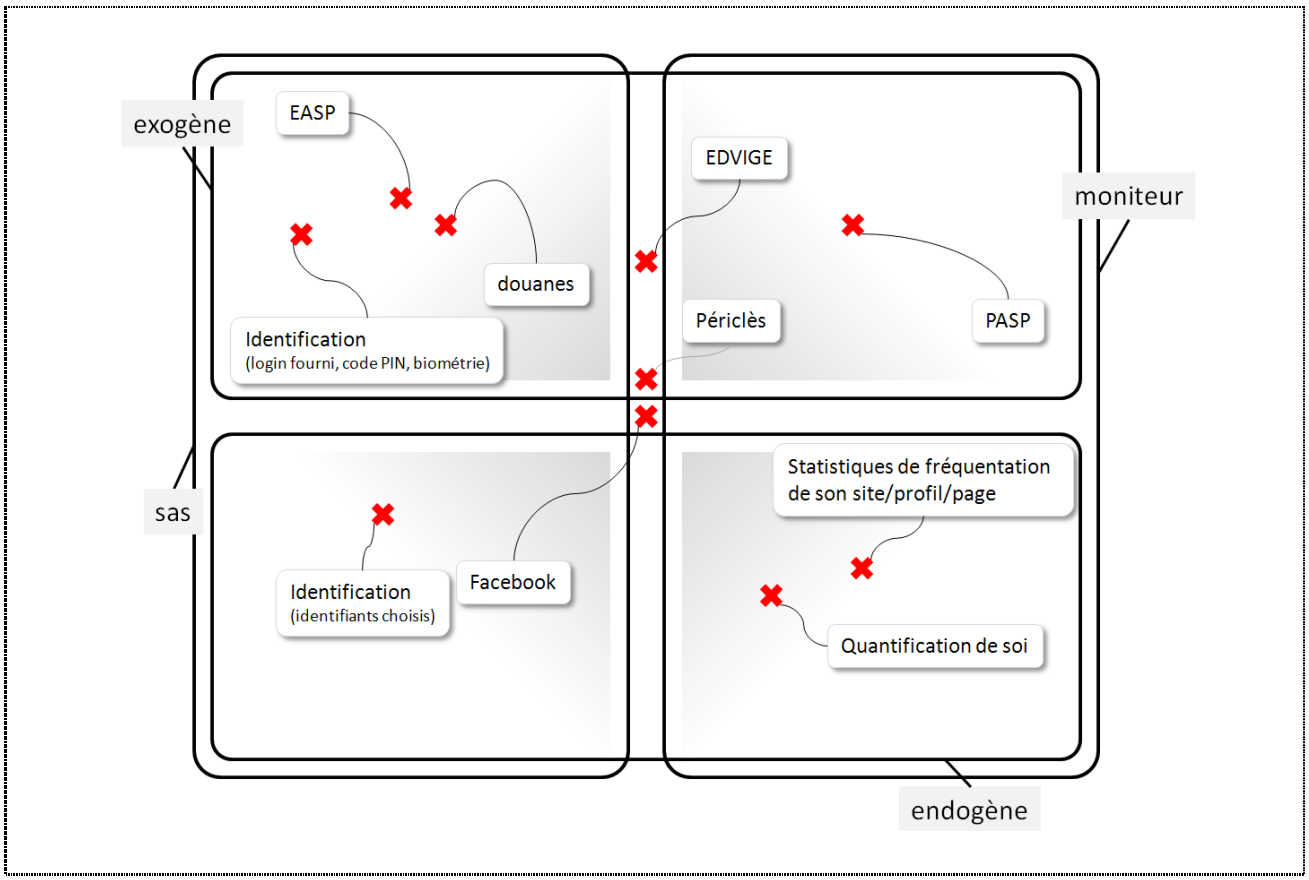


Fig. n° 1 : Répartition des principaux DI par quadrant

La représentation en quadrant permet de repérer des DI hybridant des critères : EDVIGE et surtout *Facebook*.[146]

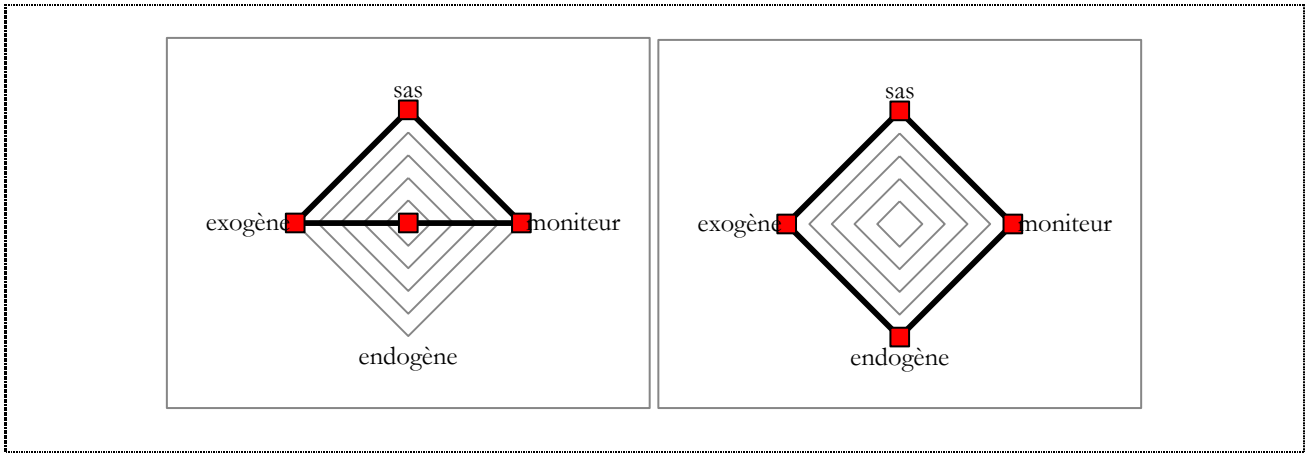


Fig. n° 2 : Comparaison entre EDVIGE (gauche) et Facebook (droite).

[146] Sur la base de ces représentations graphiques, une présentation complète des deux dispositifs est proposée en annexe 10

Le fichier de police est aujourd'hui distribué à travers TAJ (Traitement des Antécédents Judiciaires, anciennement EASP, enquêtes administratives : sas exogène ; et PASP, surveillance du territoire : moniteur exogène).Si ce n'est pas cette hybridation qui a suscité l'inquiétude d'avocats, journalistes, chercheurs et responsables associatifs (mais l'empan des données collectées, la collecte à partir de 13 ans, le passage par décret, et l'absence de traçabilité de sa consultation), il nous semble néanmoins que le cloisonnement d'un DI selon ces critères devrait être envisagé comme principe de régulation par la CNIL, le risque étant qu'une hybridation du DI amène à produire, par ce que FOUCAULT appelle une « forme-prison » (1975 : 353)[147], ce que GOFFMAN appelle une « institution totale »[148]. Il y aurait dans la jointure du sas et du moniteur, des pratiques qu'on retrouve seulement en prison, à l'hôpital et en entreprise[149], la génétique suffisante pour un cadre épistémique basé sur l'assurance contre l'anomalie, une anomalie désignant ce à quoi nul ne peut donner de nom, dès lors considéré comme anormal car dans ce cadre tout a un nom. Les DI sont donc des moyens de préservation et de réalisation du pouvoir adamique, y compris quand il s'applique à soi-même : l'hypothèse que nous poursuivrons dans la II[ème] partie est que les réseaux socionumériques en mode endogène sont des dispositifs de support du projet identitaire des individus.

C, Paradoxe et perspectives de la saisie endogène

Pour en finir avec l'opposition EDVIGE – ***Facebook***, les discours qui ont accompagné la comparaison entre les deux dispositifs ont souligné d'une part l'instanciation d'un paradoxe de la vie privée, laissant entrevoir des nouvelles modalités du lien social. Dans une tribune parue dans l'hebdomadaire ***Le Nouvel Observateur***, l'avocat Vincent Dufief pose la question en ces termes :

147 Dans ses ***Cours au Collège de France***, FOUCAULT reviendra sur ces écrits de jeunesse auxquels appartient Surveiller et punir. La « forme-prison » fait partie de ces « notions-écrans » galvaudés par l'usage des discours. Il explique dans ***Sécurité, territoire, population*** (2004a : 50) que les dispositifs de sécurité sont le corolaire de la liberté de circulation. L'un ne peut aller sans l'autre. Et le contrôle social doit ainsi se comprendre moins comme un rapport de domination que comme une configuration éliassienne entre ceux qui circulent et ceux qui calculent (2004b : 66).

148 GOFFMAN E., ***Asiles***, Paris : Minuit, coll. « Le Sens commun », (1961), 1968

149 Dans le premier cas, les gardiens veillent sur toutes les portes et dans toutes les cellules. Dans le second cas, l'hôpital, les médecins sont à la fois ceux qui établissent le diagnostic et le soin. Dans le dernier cas, le recrutement d'un salarié a tendance à se faire après un entretien avec son futur responsable hiérarchique : en donnant son aval, celui-ci fonctionne comme un sas, et veillant au respect des objectifs, il opère comme un moniteur et peut reprendre son rôle de sas en licenciant le salarié. A l'école, la surveillance du portail et de la cour est réalisée par les pions. La sélection sur dossier et le contrôle continu sont opérés par l'équipe pédagogique. Cependant, les épreuves de type national (Bac, BTS) sont corrigées par d'autres enseignants. La tendance à adopter le contrôle en cours de formation tend à hybrider le sas et le moniteur.

« EDVIGE – *Facebook* : les liaisons dangereuses ? »[150]. En reprenant sous d'autres termes les critères de finalité affichée et de modes de saisie, il en arrive à cette conclusion :

> « Grave constat que celui d'une génération qui, appâtée par la facilité avec laquelle on peut exister grâce à Internet, sacrifie volontairement une liberté aussi importante que sa vie privée. N'était-ce pas la période propice pour lancer EDVIGE, sachant que l'opinion publique était comme anesthésiée ? Sans taxer notre gouvernement de cynisme, il est permis de le penser. »

Ainsi semble s'amorcer l'idée que le fichage volontaire serait plus préjudiciable que celui réalisé par l'État : mais ce constat amer repose sur le postulat que les usagers des sites de socialisation n'auraient pas pris conscience des enjeux, et que ce défaut servirait de tremplin pour des pratiques de surveillance institutionnelle[151]. C'est accorder peu de considération pour l'expression de soi et la conscience des enjeux par une population d'usagers ; c'est aussi considérer la vie privée comme un pré carré à défendre contre la faiblesse éthique des gouvernements. Daniel Kaplan rebondit sur ces acceptions (KAPLAN, 2008)[152] :

> « L'article de Vincent Dufief exprime en fait la perplexité de ceux qui tentent d'assurer la protection de la vie privée (…) face à la disjonction entre les principes qu'ils défendent et les pratiques sociales réelles. Ce phénomène de disjonction est tellement constant qu'il a reçu un nom, celui de "privacy paradox" (paradoxe de la vie privée) : alors qu'ils s'affirment, enquête après enquête, de plus en plus inquiets du fichage numérique généralisé, les individus connectés divulguent sans cesse plus librement, voire plus joyeusement, les informations qui les concernent ».

---

150 *Nouvel Observateur*, 18/08/2008. Cette tribune a également été mise en ligne par la suite sur l'un des sites du journal *Libération* : <www.ecrans.fr/Edvige-facebook-les-liaisons,4927.html>

151 En 2009, la Suisse envisage d'adopter le passeport biométrique. Dans les débats précédents la votation, Eveline Widmer-Schlumpf, porteuse du projet en tant que conseillère fédérale en charge du département de la Justice et de la Police (et présidente de la Confédération helvétique pour l'année 2012), estime que « Facebook est plus dangereux que le passeport biométrique », 04/04/2009, <archives.lematin.ch/actu/suisse/eveline-widmer-schlumpf-%C2%ABfacebook-est-plus-dangereux-que-le-passeport-biométrique%C2%BB-1871>. Nous avions été interviewé par la Radio Suisse Romande à ce sujet : CdB, 11/04/2009

152 KAPLAN D., « Facebook-Edvige, les rapprochements hasardeux », InternetActu.org, 2008, <www.internetactu.net/2008/09/05/facebook-edvige-les-rapprochements-hasardeux>. Daniel Kaplan est le cofondateur et délégué général de la *Fédération Internet Nouvelle Génération* (FING), un groupe de réflexion et de stimulation dans le domaine des innovations technologiques et de leurs usages sociaux. Il est l'auteur de plusieurs ouvrages d'analyse et de prospection dans notre thématique : KAPLAN D., *Informatique, libertés, identités*, Paris : FYP, 2010 ; KAPLAN D., FRANCOU R., *La confiance numérique*, Paris : FYP, 2012

Il faudrait croire alors que le paradoxe de la vie privée n'est que le reflet des inquiétudes d'un groupe socioprofessionnel, les « défenseurs des droits de l'homme et de la vie privée », et que la mise en débat (à travers la comparaison et la dénonciation) ne servirait qu'à légitimer l'action et l'existence des membres de ce groupe.

Pour le sociologue Antonio A. CASILLI, à l'origine spécialisé sur les questions du corps en souffrance, il apparait que ce paradoxe autour de la vie privée n'est pas aussi tranché : il ne s'agit aucunement selon lui d'« une renonciation totale à cette dernière, ni [d']une débâcle incontrôlée »[153]. Ce phénomène éclairerait les difficultés qu'ont les internautes (et plus largement les titulaires des DP) à arbitrer le bénéfice retiré de l'usage des sites web avec le risque de l'exploitation de leurs données personnelles. Un arbitrage d'autant plus difficile que la partie adverse semble soutenu par des millions de membres, et être valorisée des dizaines de milliards de dollars. Les internautes céderaient en termes de régulation pour se préserver via des bricolages (réglages de confidentialité et autres tactiques). Cela conduit à s'interroger sur trois points :

- Quel traitement est opéré sur les données personnelles ? (I^{ère} partie)
- Quelles sont ces tactiques de préservation *in situ* de la vie privée ? (II^{ème} partie)
- Quelles sont les formes de régulation engagées aujourd'hui et possibles demain ? (III^{ème} partie)

Il nous semble, dans la continuité de notre approche interscientifique, que les réponses se trouvent à la fois dans plusieurs champs des sciences humaines et sociales (sociologie, histoire, psychologie, philosophie, droit, politique), auxquels il faut rajouter ce qui appartient à l'informatique. Si ces questions aboutissent à autant de points de fuite, il faut peut-être considérer que la saisie endogène inverse la perspective. Parmi les discours accompagnant les pratiques d'autobiographie, d'écriture de soi, de mise en données d'éléments autobiographiques, la mutation des liens sociaux est une perspective souvent évoquée. L'ouvrage d'A. CASILLI, ***Les liaisons numériques***, est sous-titré par une question : « vers une nouvelle sociabilité ? ». En effet, si la saisie endogène fait se replier la position du scripteur sur celle du titulaire, évinçant un tiers souvent institutionnel, la position même de l'institution est révoquée dans le rapport de domination contenue dans le cadre épistémique des dispositifs identitaires. Non seulement ce rapport est révoqué, mais il se pourrait même qu'il soit inversé. La mutation majeure que semblent contenir certains dispositifs identitaires

153 CASILLI A., *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?* Paris : Seuil, 2010

contemporains se résume dans les appellations de « sousveillance »[154] ou « surveillance participative »[155]. La transparence et la surveillance que l'État et les entreprises appliquent aux citoyens ou consommateurs dont ils savent tout par leurs fiches devraient être égales à celles que les citoyens et consommateurs ont de leur État et des entreprises sont ils sont clients. Des initiatives comme celle portée par l'association ***Regard Citoyen*** et son site <nosdeputes.org>[156] rejoignent cette démarche, démarche également présente dans l'association ***Wikileaks***[157], dans divers sites web de notification/délation des enseignants (***note2be***[158]), des policiers (***copwatching***[159]), mais également dans les projets de réappropriation des données personnelles[160]. Encore une fois, cette pratique de sousveillance renvoie à une problématique déjà ancienne, celle racontée par Juvénal à propos des hommes gardant la Cité pendant l'absence des maris[161], et résumée dans la locution latine ***Quis custodiet ipsos custodes*** ? Qui gardera les gardiens ?

---

154 Ce concept est initié par le chercheur canadien Steve MANN. Il a développé un dispositif technique, nommé ***wearcam***. En équipant l'individu d'habits intelligents, il sera possible d'enregistrer dans ses déplacements quotidiens quantité de faits et gestes, par la suite computable et analysable afin de produire des représentations du réel. Le projet ***wearcam*** consiste à outiller l'individu avec une caméra embarquée afin qu'il filme ce qu'il se passe dans la rue. La sousveillance nait de la possibilité d'enregistrer les forces de l'ordre, notamment lors d'arrestations ou de manifestations, et de déterminer le comportement abusif des agents de police.
<www.interaction-design.org/encyclopedia/wearable_computing.html>

155 ALBRECHTSLUND A., "***Online Social Networking as Participatory Surveillance***", ***First Monday***, vol.13, n°3, 2008, <www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2142/1949>

156 <www.nosdeputes.org>. Le projet a pour vocation de traiter les données fournies par l'Assemblée nationale afin d'attester de la présence et de la participation des députés (temps de parole, nombre de questions au gouvernement, nombre d'amendements déposés, participation aux commissions, etc.)

157 <www.wikileaks.org>. Le projet consiste à rendre public des documents et des données confidentiels appartenant à des organisations (Armée et diplomatie, américaine, consortium bancaire, entreprises de sécurité) afin de dévoiler leurs agissements (lobbying, bavure, corruption, état d'esprit, etc.)

158 <www.note2be.com> propose aux élèves de noter leurs enseignants. Ce site avait provoqué un certain émoi en France lors de son ouverture (janvier 2008, participant à cette représentation sociale cristallisée avec EDVIGE et ***Facebook***) : face à la proposition d'inverser la logique de notation allant de l'enseignant à l'apprenant, les syndicats d'enseignants avaient déposé plainte, attestant de l'indisposition à un esprit critique chez leurs apprenants. L'évaluation des enseignants est pourtant une pratique répandue dans l'enseignement supérieur et dans les systèmes pédagogiques anglo-saxons.

159 <copwatch.fr.over-blog.com> et <www.copwatchnord-idf.org> sont des sites web proposant d'identifier les violences et les dérives policières. Leur légalité est en cours d'examen ; une telle pratique est cependant interdite dans de nombreux pays (y compris aux États-Unis).

160 Un logiciel de CRM (***Customer Relationship Management***) contient toutes les interactions qu'une unité commerciale a tenues avec un client (principalement appels et achats, mais aussi remises et retours). Dans la base de données de ce logiciel, les informations contenues sur le client peuvent être très volumineuses, conduisant l'entreprise à disposer d'une connaissance très fine de l'individu (parfois au-delà du cadre commercial : comportement d'achat, préférences culturelles). Le projet VRM (***Vendor Relationship Management***), initié par l'essayiste Doc Searls, propose de confier au client des données sur le vendeur (stratégie de négociation, grille de marge commerciale, tarification appliquée, etc.). <cyber.law.harvard.edu/projectvrm>. En France, la FING expérimente un dispositif nommé ***MesInfos***, inspiré des sites ***MiData*** (Royaume-Uni) et ***myData*** (États-Unis). <www.internetactu.net/2012/06/19/reutilisation-des-donnees-personnelles-14-rendre-leurs-donnees-aux-utilisateurs>

161 Juvénal, I^er^ siècle après JC, dans sa VI^ème^ satire

Conclusion du chapitre 1

Les dispositifs identitaires sont la dimension techno-sémio-pragmatique d'un cadre de référence plus large, que nous avons appelé cadre de l'institution nominale, et renvoyant à des idéologies (projet social et économique), des paradigmes (croyance en des formes de détermination) ou des épistémès (croyances en des formes de représentation de la réalité). Le traitement qu'ils opèrent sur les données personnelles, les titres d'identités qu'ils distribuent et vérifient, les appareils de contrôle et de surveillance qu'ils déploient fonctionnent comme autant de « messages-cadres ». Les procédures et les pratiques d'institution du nom précèdent les procédures et les pratiques d'identification qui à leur tour déterminent le cadre participatif de la vie sociale (y compris dans les sphères privatives ou professionnelles). Les pratiques biographiques que les DI mettent en œuvre, depuis les premiers temps de la domination sociale, tendent à consolider ce cadre par les techniques de description et de calcul appliquées à l'individu (dans et) à la collectivité. Cet ancrage s'est renforcé, plus qu'il n'a été perturbé, par des événements historiques majeurs (la Révolution française et dans un cadre plus large, les Lumières, depuis le colbertisme jusqu'au taylorisme ; les attentats du 11 septembre, et dans un cadre plus large la doctrine contre-insurrectionnelle de l'après-guerre jusqu'à la guerre contre les terrorismes). En ce sens, historiographique, le cadre s'est affirmé comme celui de l'assurance sociale contre l'anomalie individuelle. La pérennité de ce cadre tient autant à la prégnance des dispositifs identitaires (réactivée dans les discours par les événements sus cités) qu'à leur pratique par les usagers. Pris comme citoyen, citadin, consommateur, client, internaute, interlocuteur, la participation des usagers s'actualise à la fois dans la transversalité de la vie sociale (entre pairs) et dans la dimension institutionnelle (avec les instigateurs des DI) : l'articulation entre les deux repose d'ailleurs moins sur un rapport de domination ou de contrôle social que sur une configuration et une interdépendance. Si contrôle social il y a, il est nécessaire de le voir non comme une forme de manipulation par des élites que comme l'incorporation des normes sociales par l'entremise des dispositifs identitaires. Cependant, la typologie que nous avons établie de ces dispositifs identitaires appelle à la vigilance par rapport à la tentation des institutions de globaliser la production et la surveillance des identités, à l'intérieur et à l'extérieur des espaces dont elles ont la charge. Le risque est fort d'un déséquilibre dans la configuration sociotechnique qu'orchestrent les dispositifs identitaires. Ce déséquilibre proviendrait d'une double détermination (chapitre deux), opérée dans le modèle conceptuel de la nomenclature des espaces sociaux et dans la délégation de cette institution à des acteurs privés. Ainsi, le mode de communication des dispositifs identitaires relèverait moins d'un mode documentarisant que d'un mode moralisant.

Chapitre 2

LE DOUBLE ÉCHELON DE L'ÉCOSYSTÈME IDENTITAIRE

"It's clear to me that personal data truly is the gold rush of our time"

Mary BONO MACK[162]

L'institution du nom est le fait des pouvoirs publics chargés de garantir une place aux individus membres de l'espace collectif. Les choix opérés dans la composition de cet espace de noms, ainsi que le rôle et la nature des acteurs impliqués dans les processus conséquents, appellent à être étudiés afin de circonscrire les formes de détermination contenues dans une telle attribution. Nous nous attacherons uniquement à l'institution du nom dans les DI contemporains, cherchant à établir le pouvoir adamique propre aux bases de données personnelles, et à la chaine de valorisation de ces données, produisant ce que nous nommons pour l'instant « écosystème identitaire », l'ensemble des traces attachées à un individu, et produites par lui ou par les DI.

Les productions éditoriales sur lesquelles nous établirons la II[ème] partie appartiennent à ce que JEANNERET & SOUCHIER nomment les « écrits d'écran »[163] : si leur contenu appelle une analyse sociologique, « il nous faut également tenir compte de la matérialité du dispositif technique, disent-ils, qui transforme et conditionne le processus d'écriture selon des modalités qui lui sont propres. Ne fût-ce qu'à travers l'évanescence de la lumière, l'écran est ce par quoi advient l'écriture électronique. Mais l'écran n'est pas un simple support de signes, c'est aussi, et surtout peut-être, un lieu où les signes trouvent leur forme et leur organisation »[164]. Or, nous considérons que « l'évanescence de la lumière » produit un effet de halo et que, comme l'arbre qui cache la forêt, l'écran cache ce qui, pour nous, constitue le réel lieu « où les signes trouvent leur forme et leur organisation » dans les dispositifs identitaires, c'est-à-dire anciennement les registres et aujourd'hui

[162] « Il est clair pour moi que les données personnelles sont vraiment la ruée vers l'or d'aujourd'hui ». BONO MACK M., représentante républicaine de l'État de Californie et présidente du comité "*Commerce, Manufacturing and Trade*" à l'US FTC (Commission fédérale du commerce), 14/07/2011, Discours d'introduction à la commission *Internet and privacy*, <www.c-spanarchives.org/appearance/600255275>

[163] JEANNERET Y., SOUCHIER E., « Pour une poétique de "l'écrit d'écran" », *Xoana*, n°6/7, 1999, p. 97-107

[164] JEANNERET Y., SOUCHIER E., « L'énonciation éditoriale des écrits d'écran », *Communications & langages*, n°145, 2005. Citation p.5

les bases de données (BDD). Cet appel à descendre d'un niveau dans la matérialité, sans rentrer cependant dans les langages machine ou binaire, est d'autant plus impératif que dans ce que ces même auteurs appellent « l'énonciation éditoriale »[165], un scripteur/lecteur d'un genre nouveau – l'agent-logiciel – ne fait pas appel à ces écrans, mais opère directement au sein de ces BDD et de leurs applications. Comme l'appelait de ses vœux Tim BERNERS-LEE, inventeur du web et président du W3C, « il ne s'agit pas de donner aux gens des données auxquelles ils n'ont pas le droit, il s'agit de connecter les données aux sites des pairs. Il s'agit de les joindre aux données d'autres applications »[166]. À côté de ces BDD, nous envisageons également de rester « attentifs aux formes d'imposition exercées par les scripts des sites de réseaux sociaux sur leurs manières de faire lien », (GRANJON, 2011)[167] et par « les programmes d'action déposés dans le code du dispositif », (BOYD, 2008). Cependant, nous en appelons à dépasser ce qui reste au niveau du discours pour réellement pénétrer ces scripts : nous pensons en effet qu'il ne suffit pas d'affirmer que des ordinateurs sont en réseau pour inférer la sociabilité qu'ils performeraient[168].

Ainsi, en prenant pour objet d'étude ce que renseignent, et ce qui renseigne sur, les millions de membres de ***Facebook***, ***LinkedIn***, ***Twitter***, ***Foursquare***, nous devons nous interroger sur les choix, les méthodes et les enjeux de la modélisation des données personnelles (DP) mis en œuvre par leurs concepteurs. C'est donc à l'étude d'un dispositif logique servant la communication médiatisée par ordinateur que nous allons nous atteler[169]. Or ce dispositif est pour l'essentiel basé sur des modèles de données, traduits par des langages formels, dont l'objectif est de représenter la réalité. Les BDD factuelles ou bibliographiques manipulent quantité de descripteurs permettant d'identifier chaque espèce, chaque ouvrage au sein d'un ensemble. Dès lors, en adoptant la terminologie de la

165 SOUCHIER E., « L'image du texte. Pour une théorie de l'énonciation éditoriale », ***Cahiers de médiologie***, n°6, 1998, p.137-145. Voir également JEANNERET & SOUCHIER, 2005, ***op. cit.***

166 BERNERS-LEE T., "***Giant Global Graph***", timbl'blog, 21/11/2007, <dig.csail.mit.edu/breadcrumbs/node/215>

167 GRANJON F., « De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique. Exposition de soi et autoréification sur les sites de réseaux sociaux », ***Réseaux***, vol.29, n°167, 2011, 75-104 pages. Citation p.103

168 Ainsi, dans son ouvrage reprenant son habilitation à diriger des recherches et intitulé ***Reconnaissance et usages d'Internet. Une sociologie critique des pratiques d'informatique connectée***, Paris : Presses des Mines, coll. « Sciences sociales », 2012 le chercheur Fabien GRANJON définit cette « informatique connectée » dès les premières lignes de son introduction, sans revenir dessus par la suite : « informatique connectée (i.e. les usages de dispositifs techniques constitués ***a minima*** du couplage d'un ordinateur et d'une connexion Internet) », p.11.

169 Ce chapitre de thèse reprend en partie le développement que nous avons conduit dans un chapitre d'ouvrage (à paraitre) : PIERRE J., « Reconfigurer le réel, les différentes formes de performativité des bases de données à caractère personnel du web social », à paraître in ROJAS E. (dir.), ***Le social est-il soluble dans le web ?***, Londres : Hermès Science Publishing, 2013.

philosophie du langage revisité depuis le tournant performatif[170], nous pouvons nous demander si ces BDD se situent dans le domaine du constatif, et s'il en est de même pour celles des dispositifs identitaires et des réseaux socionumériques ? En postulant qu'il y a plus que cela, nous nous demandons alors dans quelle mesure la conception et l'interrogation d'une BDD sont des actes performatifs. Contrairement à ce que dit François PÉRÉA, il ne suffit pas que « les blogs-journaux intimes (soient) ouverts à la réaction d'autrui » pour qu'autrui réagisse (2010)[171]. Les soliloques sont nombreux sur le web, et ce dispositif n'annule ou ne compense en rien l'absence de corporéité. En fait, nous remarquons que même s'il n'y a pas de lecteur humain d'un document en ligne, il y a toujours les moteurs de recherche, dont l'indexation peut transformer le document et son interprétation (nous parlerons plus loin de sa performation) : en le rangeant dans une catégorie, à côté d'autres documents, en affichant des publicités sur la page, ou en en envoyant à l'auteur, ces publicités pouvant être celles d'un « ami ».

1. Le modèle conceptuel des bases de données

Pour répondre à ces questions, nous reviendrons d'abord sur les différents modèles de données adoptés par les concepteurs des RSN (modèle relationnel, modèle orienté objet, modèle du réseau sémantique). Nous verrons surtout la proximité entre ces trois modèles, notamment du fait qu'ils partagent l'impératif d'atomiser des données, et nous poursuivrons alors notre analyse avec un vocabulaire commun.

[170] Les actes de langage renvoient à l'idée qu'un énoncé peut être constatif ou performatif : ainsi, l'énonciation peut être causale et réaliser la performance de produire et non plus décrire un état du réel. La force perlocutoire d'un énoncé réside ainsi dans sa capacité à modifier les représentations du monde que peut avoir le récepteur. Si A dit à B qu'il a entendu un bruit (constatif), et que B se met à avoir peur (changement de représentation du réel), alors l'énoncé de A est performatif. AUSTIN J., *Quand dire c'est faire*, Paris : Seuil, 1970. On appelle tournant performatif l'acception large des actes de langage au-delà d'une énonciation verbale. Ainsi, les chiffres sont performatifs, les bases de données, les dispositifs, etc. Voir les numéros d'*Études de communication*, n°29, 2006 et *Réseaux*, n°05, 2010. Tandis que la première livraison s'attache à illustrer le tournat performatif dans le calcul, la finance, la prédication religieuse et la visio-conférence, la seconde livraison prend pour exemples la publicité ou les encore les sonneries de téléphone.

[171] PÉRÉA F., « L'identité numérique : de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique », *Les enjeux de l'information et de la communication*, vol.1, 2010, p. 144-159,

1.1, Éléments de définition du modèle relationnel

Dans un article fondateur de 1970, "*A Relational Model of Data for Large Shared Data Banks*"[172], E. CODD, à l'époque ingénieur chez IBM, cherchait à dépasser les limites des modèles précédents (BDD réseau ou hiérarchique), qui souffraient surtout d'une redondance des données dès lors que la base atteignait une certaine taille. Pour remédier à cela, et s'inspirant de la théorie des ensembles, CODD imagina le concept d'un « sous-langage de données universel »[173] qui serait tout à la fois structuré et amélioré par l'algèbre relationnel, fournissant une représentation des données par toute une série d'opérateurs logiques (sélection, produit cartésien, etc.)[174]. Il y aurait donc indépendance entre le stockage et le traitement : chacun représentant la réalité à un instant donné (au moment de la saisie ou au moment de la requête).

A, Vocabulaire

A.1 Les relations en intension

Plusieurs points essentiels ressortent de ces propositions, que nous illustrerons avec un exemple classique, celui de la facturation client :

```
CLIENT (NumClient#, Nom, Prénom, Adresse, CodePostal, Ville)

FACTURE (NumFact#, Date, NumClient#)
```

En voici les bases définitionnelles :

- une relation se définit en intension par la somme des attributs qui la compose[175]. C'est en cela qu'on parle de modèle relationnel : les attributs sont reliés pour composer une entité ;

---

172 CODD E.F., "*A Relational Model of Data for Large Shared Data Banks*", *Communications of the ACM*, vol.13, n°6, 1970, p.370-387

173 "*Universal data sublanguage*", *ibid*.

174 Michaël STONEBRAKER, professeur d'informatique au MIT, et inventeur du système de gestion de BDD relationnelles orienté objet PostgreSQL, considère le langage SQL comme un "*intergalactic dataspeak*", STONEBRAKER M, *et al.* "*Database systems: Achievements and Opportunities*", *Communications of the ACM*, vol. 34, n°10, octobre 1991, p.110-120.

175 Pour définir en intension une famille d'un jeu de cartes, il faudrait repérer une série (la couleur cœur, carreau, pique ou trèfle) et un discriminant (la figure ou valeur numérale). Le produit cartésien revient à assembler série et discriminant Défini en extension, un jeu de cartes se bornerait é énumérer chacune des cartes le composant. Ainsi, pour être enregistré dans la table `CLIENT`, il faut respectivement un numéro, un nom, un prénom, une

- un attribut est une information réduite à un niveau dit « atomique », c'est-à-dire indivisible à l'intérieur d'un domaine. Une date est souvent atomisée en jour/mois/année. Plus rarement, une adresse est atomisée par son numéro, le type et le nom de la voie, la montée, l'étage, etc. ;
- un domaine (texte, nombre, date) définit et encadre la saisie des valeurs (contrainte d'intégrité de domaine). Un code postal est limité à 5 chiffres, un n° de téléphone à 10, sauf si l'on intègre la nomenclature internationale. Il y a également contrainte lorsque le concepteur détermine les modalités d'écriture d'un attribut[176] ;
- si la connaissance d'un attribut permet d'avoir connaissance des autres attributs au sein de la relation, alors celui-ci est nommé identifiant unique ou clé primaire (*primary key*)[177] ;
- inversement, tout attribut doit pouvoir être accessible *via* une clé primaire (c'est ce qu'on appelle la dépendance fonctionnelle). Il ne devrait pas, en théorie, exister d'orphelin dans une BDD ;
- cette clé primaire est l'identifiant unique de chaque enregistrement (ou tuple, ou *n-uplet*) dans la table (une table nait du moment où l'on quitte la modélisation pour aller dans la saisie, où l'on passe de l'abstraction à l'opérationnalisation) : le N°INSEE, la plaque d'immatriculation, le numéro de compte bancaire, le N°INE sont des identifiants uniques. Il y a trois enregistrements dans la table `CLIENT`, c'est-à-dire qu'il y a trois clients enregistrés dans l'entreprise ;

NumClient	Nom	Prénom	Adresse	CodePostal	Ville
N001	MARTIN	Patrice	1 place de la gare	75001	Paris
N002	MARTIN	Jeanne	17 bd de la gare	13000	Marseille
N003	DURAND	Bernard	20 rue des Martyrs	75007	Paris

Tableau n° 3 : Table CLIENT

- si la connaissance d'un attribut dans une relation permet d'avoir connaissance d'autres attributs dans une autre relation, alors celui-ci est nommé clé secondaire

adresse, un code postal et une ville. C'est la définition en intension ; en extension, il s'agit d'énumérer tous les clients enregistrés dans la base.

[176] Ainsi la saisie des valeurs de l'attribut `Ville` peut être laissée à la discrétion de l'opérateur (question ouverte avec le type `VARCHAR`) ou guidée par une liste préétablie par le concepteur (question fermée avec le type `ENUM`).

[177] En lisant `N001`, il est possible de connaître l'identité et les coordonnées de `Jeanne MARTIN`

(*foreign key*). Les constructions précédentes sont rendues possibles par l'application de ce que l'on appelle les formes normales : la première forme normale (1FN) impose l'atomisation, la singularité (pas de doublon dans les clés primaires), la pérennité (données invariables : on saisit la date de naissance plutôt que l'âge, quitte à utiliser des ressources processeur pour calculer l'âge au moment de l'affichage) ; la 2FN désigne la dépendance fonctionnelle (tout attribut est dépendant d'une clé primaire) ; la 3FN une dépendance directe (dans la même relation) ;

- le lien entre deux clés, et donc entre deux relations (qu'on peut aussi appeler entités) est nommé association ; c'est pourquoi on parle aussi souvent d'un modèle entité-association. Ces associations sont typées par des cardinalités père-fils (de 0 à l'infini : un père peut avoir plusieurs enfants, un enfant n'a qu'un seul père ; un client peut avoir plusieurs factures, une facture n'a qu'un seul client) ou cardinalité de type tableau (de 1 à l'infini, et inversement : une facture peut contenir plusieurs produits, un produit peut se retrouver dans plusieurs factures). La lecture de `F003` (Table `FACTURE`, ci-dessous) permet de savoir à quelle adresse expédier la facture (via `N002`) ;

NumFact	Date	NumClient
F001	01/09/2011	N001
F002	10/09/2011	N002
F003	12/09/2011	N002

Tableau n° 4 : Table FACTURE

- il ne peut exister de valeur en clé secondaire qui n'ait pas d'équivalent en clé primaire : c'est ce qu'on appelle la contrainte d'intégrité référentielle[178].

A.2 Éléments du graphe

À cette première modélisation du réel, il convient d'en ajouter une autre, non plus sous forme textuelle ou tabulaire, mais sous forme de triplet ou de graphique[179]. Le triplet s'écrit sous la forme sujet → prédicat → objet, « A est l'ami de B ». Dans un modèle orienté objet, les trois éléments du triplet sont des objets, c'est-à-dire des conteneurs logiciels. Nous proposons de

[178] On ne peut éditer de facture pour `N004` si celui-ci n'existe pas déjà dans la table `CLIENT`.
[179] La représentation d'un réseau social peut se faire également sous forme de tableau matriciel.

fournir ici des éléments de définition issus de la théorie des graphes et de l'analyse des réseaux sociaux[180] :

- un graphe est fait de sommets (ou de nœuds) : dans un graphe social, les sommets sont des individus ;
- un ordre est le nombre de sommets d'un graphe : un graphe d'ordre cinq représente un groupe social de cinq individus ;
- les sommets sont reliés par des arêtes, un trait désigne donc une relation sociale ;
- un arc désigne une relation unilatérale, on parle alors de graphe orienté. Deux exemples : « A est amoureux de B qui ne l'aime pas » donne une flèche de A vers B ; « le chercheur C cite D qui ne le cite pas » donne une flèche de C vers D ; on retrouve le principe du graphe orienté dans les cardinalités, ainsi que le modèle fonctionnel des RSN (*Twitter* étant orienté, à l'inverse de *Facebook*) ;
- un graphe signé est composé de liens (arcs ou arêtes) positifs ou négatifs (on parle aussi de « choix » ou « rejet ») : « le chercheur A dénonce les travaux de B » est un graphe signé négativement. On le retrouvera dans les outils d'analyse et de représentation de la réputation ;
- un graphe valué possède une échelle de valeurs (ou valences, de type : pas du tout, un peu, beaucoup, tout à fait) : « le chercheur A critique beaucoup le chercheur B » est un graphe valué signé ;
- un degré est le nombre de liens attachés à un sommet ;
- la centralité de degré est la somme des liens entre les sommets ;
- la densité d'un graphe est le rapport entre la centralité du graphe (k) et le nombre maximum de liens qui pourrait exister n fois n-1 : une clique désigne un groupe social avec une densité de 1 : tous les sommets sont reliés entre eux ;
- la connexité mesure la présence en sein d'un graphe d'éléments isolés ou au contraire de groupes (ou clusters). C'est l'indicateur de la grégarité du groupe.

[180] Pour des informations plus précises, lire MERCKLE P., « Les réseaux sociaux, les origines de l'analyse des réseaux sociaux », Lyon : CNED/ENS-LSH, 2003 et MERCKLE P., *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris : la Découverte, coll. « Repères », 2004

B, Étapes

La procédure de déploiement d'une BDD fonctionne par étape :

- modèle conceptuel définissant les données (dictionnaire de données : on établit la liste des attributs, leur domaine, leur masque de saisie[181]) ;
- modèle logique associant les attributs avec leur entité (modèle entité-association, parfois accompagné des cardinalités) ;
- modèle relationnel associant les entités *via* les clés, écrit en intension comme dans l'exemple. Ici, c'est la syntaxe du langage SQL qui est exploitée (***Structured Query Language***) ;

```
CLIENT (NumClient#, Nom, Prénom, Adresse, CodePostal, Ville)

FACTURE (NumFact#, Date, NumClient#)
```

- modèle physique projetant la base dans un logiciel ou système de gestion de base de données relationnel (SGBDR)[182].

La mise en œuvre de ces éléments (atomisation, normalisation et identification des tuples par clé primaire) permettrait d'éviter la redondance. Cependant, certains cas subsistent que CODD prévoit, et tolère (redondance faible entre la base et l'affichage des requêtes, et redondance forte par la création d'index accélérant les opérations de lecture et écriture). S'ils ont l'apparence de détails techniques, ils ne font que déplacer le problème de la redondance qui réapparaitra avec des plus « larges banques de données partagées ».

1.2, Équivalence du modèle avec les autres paradigmes de données

Formulés autrement, et avec des objectifs différents, les modèles objet et document (on parle également de paradigme de données) reprennent certains principes du modèle relationnel.

[181] Un masque de saisie définit le nombre, et le type de caractères : 5 pour un code postal.
[182] Il ne faut pas considérer ces systèmes exclusivement comme des applications informatiques : le fichier d'une bibliothèque à l'ère pré-numérique était déjà un SGBDR : il en allait ainsi de la bibliothéconomie comme du bertillonnage.

Nous en présentons ici une version simplifiée, notre propos n'étant pas de comparer les modèles, mais de voir en quoi ce qui les rapproche est leur représentativité.

A, Le modèle orienté objet dans les applications et documents web

En informatique, un « objet » est un conteneur logique héritant certaines propriétés d'une classe (ou modèle, ***first class object***). L'objet est donc défini par ses attributs, dont l'un d'eux (la clé, ainsi nommée dans ce modèle) conduit à une valeur. Cette ***conduction*** clé-valeur fait qu'on parle aussi de graphe orienté. Les tuples (nombre d'enregistrements dans la BDD) du modèle précédent sont ici nommés instances. Dans un article dont le titre fait explicitement référence à celui de CODD, "***a co-Relational Model of Data for Large Shared Data Banks***", MEIJER et BIERMAN estiment que : « ***key-value stores [are] the mathematical dual of SQL's foreign-/primary-key stores*** »[183].

Dans le domaine des applications industrielles, le modèle objet est une couche qui est venue se rajouter sur le modèle relationnel, tant et si bien que les systèmes de gestion de bases de données objet (SGBDO) procèdent souvent à une correspondance avec le modèle relationnel[184]. Cependant, ce transfert est problématique et a été identifié par l'expression ***impedance mismatch*** (anomalie d'impédance, ou écart de traduction d'un paradigme à un autre). La version SQL99 intègre d'ailleurs des éléments propres au paradigme objet pour faciliter l'interfaçage entre les deux paradigmes, voire entre les trois : il est fréquent ainsi de voir une BDD relationnelle (SQL) manipulée par un langage objet (PHP/Javascript[185]) qui va générer un document structuré par arborescence (HTML/XML), et inversement dans le cas des formulaires côté client. La Fig. n° 3 montre la circulation des données entre le moment de la saisie, celui de l'enregistrement dans la base, et celui de l'affichage suite à une requête (ici, on veut faire afficher tous les clients de la base).

183 MEIJER E., BIERMAN G., "***A co-Relational Model of Data for Large Shared Data Banks***", ***ACMQueue***, vol. 9, n°3, Mars 2011, <queue.acm.org/detail.cfm?id=1961297>

184 On parle de ***mapping*** objet/relationnel instanciée dans une couche logicielle d'accès aux données stockées en SQL

185 PHP est un Préprocesseur Hypertextuel (***PHP is an Hypertext Preprocessor***, acronyme récursif) : c'est un ensemble d'instructions exécuté côté serveur dont la finalité est de produire des extraits de document, <fr.php.net>. Tandis que la classe d'instructions MYSQL permet de traiter des données selon le modèle relationnel, la classe d'instruction SIMPLEXML permet de traiter des arborescences basées sur XML (comme les flux RSS par exemple). Javascript est un ensemble d'instructions exécuté côté client (le navigateur web) : le JSON (JavaScript Object Notation) permet également de traiter des informations basées sur le modèle sémantique

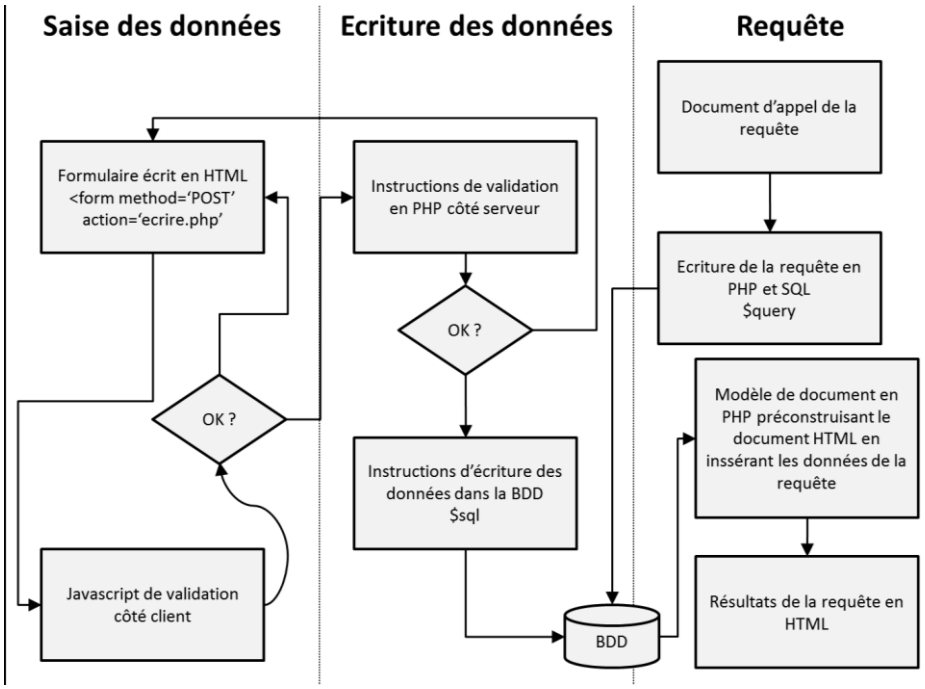


Fig. n° 3 : Circulation des données à partir d'un formulaire HTML

À partir d'un formulaire HTML affiché dans le navigateur, les données sont d'abord vérifiées sur place – avec un jeu d'instructions Javascript `if… then…` (si vrai ou faux… alors…) – avant d'être envoyées vers le serveur. Sur le serveur, un script en PHP vérifie à nouveau les données (si jamais Javascript était désactivé côté client, et parce que les instructions sont plus nombreuses et plus robustes). En cas de non validation, côté client ou côté serveur, le formulaire est réaffiché (parfois avec un message signifiant le type d'erreur à corriger). En cas de validation, les données sont enregistrées dans la table avec l'instruction : `$sql = 'INSERT INTO CLIENT VALUES (,$nom, $adresse, $codepostal, $ville) ;'`. Une requête revient à interroger la base pour en extraire des données (telles quelles ou calculées). Un document HTML avec un formulaire, ou un lien, déclenche côté serveur la composition de la requête PHP `$query = 'SELECT * FROM CLIENT ; '`[186]. Celle-ci est envoyée au serveur de la base de données qui renvoie les réponses au format SQL. Ces données sont fusionnées à travers un gabarit PHP qui va façonner le document HTML affichant le résultat de la requête. Les données, depuis leur saisie jusqu'à leur extraction, en passant par leur validation et leur enregistrement, sont passées par les

[186] `$sql` et `$query` sont des variables à qui on va assigner des valeurs provisoires (principe d'identité). Dans l'exemple, ces variables vont être confiées à une l'instruction `mysql_query($sql)` qui opérera le contenu de la variable dans la base de données.

trois paradigmes de données. Les factures, les bulletins de paie, les pages de chaque ouvrage du site *Amazon*, chaque profil, chaque statut de *Facebook* sont générées de cette manière.

SQL a été à la peine face à l'accroissement des bases de données et de leur charge d'activité[187]. Reposant sur un serveur centralisé, les problématiques d'accès multiples ou de sauvegardes ont nécessité d'adopter des architectures distribuées (sur plusieurs serveurs).

> "*There are two possible reasons to move to either of these alternate DBMS technologies: performance and flexibility. The performance argument goes something like the following: I started with MySQL for my data storage needs and over time found performance to be inadequate. The flexibility argument goes something like the following: My data does not conform to a rigid relational schema. Hence, I can't be bound by the structure of a RDBMS and need something more flexible*"[188]

Dans ce cas, le modèle relationnel ne fonctionne plus et la question de la redondance ne se pose plus. Dans les bases de données récentes, parfois rangées sous l'appellation NoSQL (*Not Only SQL*), le modèle relationnel aurait ainsi été abandonné : cependant, la communauté informaticienne (chercheurs et praticiens) débat pour savoir ce qui subsiste[189]. La base de données de *Facebook* pèse ainsi 100 pétaoctets[190]. Elle est soutenue par un SGBD nommé *Hadoop*[191], est distribuée à travers

---

187 On parle d'un problème de dimension ou calibrage, dans le jargon de *scalability*. SMITH K. E., ZDONIK S. B., "*Intermedia: A case study of the differences between relational and object-oriented database systems*", in MEYROWITZ N. (dir.), *Proceedings on Object-oriented programming systems, languages and applications (OOPSLA '87), ACM*, 1987 : 452-465

188 « Il y a deux raisons possibles pour choisir l'un ou l'autre des SGBD : la performance et la flexibilité. L'argument de la performance est le suivant : j'ai commencé avec MySQL pour mes besoins de stockage de données et avec le temps la performance a été inadéquate [trop de temps pour exécuter la requête]. L'argument de la flexibilité est le suivant : mes données ne sont pas conformes à un schéma relationnel rigide [beaucoup de redondance]. Dorénavant, je ne veux pas être limité par un SGBDR et j'ai besoin de quelque chose de plus flexible ». STONEBRAKER M., "*SQL Databases v. NoSQL Databases*", *Communications of the ACM*, vol. 53, n°4, 2010,

189 On pourra lire avec beaucoup d'intérêt le billet publié par Christian FAURÉ :
<www.christian-faure.net/2011/04/18/sens-et-enjeux-des-modeles-de-stockage-et-dacces-aux-donnees>.
C. Fauré est architecte de systèmes d'information chez *Capgemini*, enseignant à l'Université technologique de Compiègne, et membre du collectif *Ars Industrialis* créé par le philosophe Bernard Stiegler : les références à la métastabilité, la transduction, le milieu technique et la grammatisation abondent dans ses multiples analyses.<www.christian-faure.net/qui-suis-je>

190 Estimation juin 2012 : <www.gigaom.com/cloud/how-Facebook-keeps-100-petabytes-of-hadoop-data-online>. 1000 Téraoctets (un téraoctet équivaut à 1000 gigaoctets). Soit 10^{15} octets, ou encore mille milliards (1 000 000 000 000 000) d'octets.

191 *Hadoop* est logiciel libre, basé sur des versions précédentes développées par *Google* (*BigTable* et *Google FileSystem*). Le projet est soutenu par la fondation *Apache*. <hadoop.apache.org>

un parc d'un millier de serveurs[192], et a requis de la part des développeurs l'invention d'une couche logicielle spécifique entre le stockage et le traitement des données (entre la sémantique et le modèle-objet)[193].

B, La sémantique des données personnelles

Si la volonté du modèle objet est de fournir des applications au niveau industriel, celui du modèle sémantique s'inscrit d'abord dans l'histoire du web, ensuite dans la volonté de faire se communiquer des agents logiciels (ceux qui se passent de l'écran), susceptible d'inférer du sens à partir de documents structurés[194], ***via*** le cadre de description des ressources[195]. On y retrouve le principe de graphe orienté, ou modèle entité-association, dans les réseaux sémantiques avec le triplet sujet – prédicat – objet, chaque item étant écrit par l'entremise d'ontologies et inscrit dans un espace de noms. Une ontologie est un système formel de représentation des connaissances, décrivant des classes (entités), des propriétés (attributs), des logiques (associations ou arcs), des instances (enregistrements) et des événements (changement sur les instances), le tout dans un espace de noms (domaine d'intégrité)[196].

Dans l'un de ses articles fondateurs du web de données, Tim BERNERS-LEE avait d'ailleurs indiqué la proximité entre les trois paradigmes : « ***The RDF model is the same, except that relationships are first class objects*** »[197]. Nous en proposons une illustration dans le Tableau n° 5.

192 Plus d'informations techniques à cette adresse :
<hadoopblog.blogspot.fr/2010/05/facebook-has-worlds-largest-hadoop.html>.

193 Nommée ***HipHop***, il s'agit d'une couche en PHP faisant l'interface entre SQL et C++, un langage orienté-objet. Lire la page dédiée à l'infrastructure de ***Facebook*** :
<newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=138>

194 BERNERS-LEE T., "***W3 Future Directions***", ***WWW Geneva 94***, 1994, <www.w3.org/Talks/WWW94Tim>.

195 RDF, ***Resource Description Framework***, <www.w3.org/2001/sw/wiki/RDF>

196 Dans l'espace de noms des toponymes anglais, la capitale du Royaume-Uni s'appelle ***London*** ; dans l'espace de noms des toponymes français, elle s'appelle Londres. La valeur 0664763664 peut représenter un numéro de téléphone dans l'espace de nom des numéros de téléphone français ; elle peut représenter le score d'un match de tennis dans l'espace de nom du tennis. Dans l'espace de nom, ou nomenclature, des véhicules de la marque ***Peugeot***, il y a toujours un 0 au milieu, et aucun ne peut commencer par un 9, car c'est l'espace de noms des véhicules de la marque ***Porsche***. Dans les langages formels qui nous intéressent, les espaces de noms préfixes le balisage : par exemple, dans l'espace de nom ***DublinCore***, une balise identifiant le producteur d'une ressource est écrite `<dc:creator>` alors qu'avec les microdata d'HTML5, les `itemtype="creator"` ou `"author"` sont exploitables et équivalents.

197 BERNERS-LEE T., "***Relational Databases on the Semantic Web***", septembre 1998,
<www.w3.org/DesignIssues/RDB-RDF.html>

Représentation objet (JSON)	Représentation sémantique

{
NumClient : N001 ;
Nom : MARTIN ;
Prénom : Patrice ;
Facture : {
NumFact : F001 ;
Date : 01/09/2011 ;
}
}
	NumCli (est)→Type
	N001 (est un n°)→ CLIENT
	MARTIN (est un)→ Nom
	F001 (est un n°)→ FACTURE
	01/09/2011 (est une)→ Date
	F001 (appartient à)→ N001
	F001 (date du)→ 01/09/2011

Tableau n° 5 : deux représentations d'un enregistrement de la table CLIENT relatives à leur paradigme de données

Enfin, il nous faut ajouter que dans les trois modèles de données, la méthode d'interrogation est sensiblement la même, sur 3 clauses principales (ici écrites en SQL[198]) :

```
SELECT le(s) attribut (s)
FROM la table/objet
WHERE attribut = 'valeur' ;
```

Nous en verrons des exemples dans les études de cas. Pour terminer sur ce point, nous signalons que le W3C travaille à l'élaboration d'un langage permettant de convertir les données enregistrées via un modèle relationnel en ressources numériques encodées selon le modèle sémantique des langages formels (RDF)[199].

L'intérêt des ontologies et espaces de noms est que le concepteur peut les construire et les définir comme il le souhaite. Dans un langage de description de contenu verrouillé comme HTML (*HyperText Markup Language*, langage balisé hypertextuel), où ne sont recevables que les balises recommandées par le W3C[200], la hiérarchisation des titres est l'un des moyens de structurer le document (6 niveaux, de `<h1>` à `<h6>` ; `<div>`, `<p>` et `<span>` sont des conteneurs, `<p>` étant

198 SPARQL est l'équivalent dans les langages formels du web sémantique (***SPARQL is a Protocol and RDF Query Language***)

199 <wwww.w3.org/TR/r2rml>. Lire les explications du portage dans GANDON F., FARON-ZUCKER C., et CORBY O., ***Le Web sémantique. Comment relier les données et les schémas sur le web ?***, Paris : Dunod, 2012, et notamment p. 71 et suivantes.

200 Les spécifications techniques, ou standards, du W3C n'ont aucune valeur obligatoire : ce sont des « recommandations », le moteur de rendu HTML des navigateurs peut décider de manière arbitraire comment afficher le contenu de ces balises <www.w3.org/TR/html4/>, ce que ne se privait pas de faire ***Microsoft InternetExplorer*** jusqu'à sa version 7, essayant par cette stratégie d'imposer ses propres spécifications techniques pour le langage HTML.

plus spécifiquement un paragraphe). Pour présenter la fiche d'un client, on pourrait procéder de la sorte en HTML (version 4.01) :

```
<p><span class="prenom">Jeanne</span> <span
class="nom">Martin</span></p>
<p>Client n° <span class="numclient">N002</span></p>
<p class="adresse">17 bd de la gare</p>
<p><span class="codepostal">13000</span> <span
class="ville">Marseille</span></p>
```

Avec la version 5[201], l'extrait HTML pourrait ressembler à ça :

```
<article id="hcard-Jeanne-Martin" class="vcard">
 <span class="fn">Jeanne Martin</span>
 <div class="adr">
      <p class="street-address">17 bd de la gare</p>
      <span class="locality">Marseille</span>, <span
class="postal-code">13000</span>
</div>
```

Dans le premier exemple[202], le concepteur a choisi la valeur de ses attributs, façonnant à sa manière son espace de noms et son ontologie (reprenant ici le dictionnaire de données de notre exemple de modèle relationnel de facturation client).

Dans le second exemple, le concepteur reprend la balise `<article>`, plus signifiante sémantiquement que `<div>`, et complète avec les attributs *hcard* de la famille *microformats* (`fn` =

[201] HTML5 est une mise à jour majeure du langage de description des hypertextes, orientée vers une interopérabilité de plateformes (navigateurs, écrans) et vers le développement d'applications (un changement dans le paradigme, le langage formel passant de la description d'un document à un objet applicatif). Initié par *Opera*, soutenu par le WHATWG (*Web Hypertext Application Technology Working Group*), un groupe de travail similaire au W3C composé par *Apple*, *Mozilla Foundation* et *Opera* (trois éditeurs de logiciels de navigation, concurrents de *Microsoft* et *Google*), <wiki.whatwg.org/wiki/FAQ#What_is_the_WHATWG.3F>, les spécifications de HTML5 ont été retenues par le W3C, au sein duquel elles ont été rédigées par Ian Hickson, alors employé de *Google*. Cette entreprise a fortement promu le développement de cette version, notamment dans le but de concurrencer *Adobe Flash* en favorisant son propre navigateur *Chrome* et son système d'exploitation pour téléphone mobile *Androïd*.

[202] Dans la séquence `<span class="prenom">Jeanne</span>`, `<span>` est une balise, `class` un attribut de cette balise, `prenom` est la valeur de l'attribut, et `Jeanne` est l'élément de la balise.

formated name)[203]. Par contre, il n'y a rien pour désigner les numéros de client, et les termes de l'ontologie sont en anglais.

XML est encore plus permissif – il est par définition extensible – en termes d'ontologie, puisqu'il est possible de créer son propre vocabulaire, et de le structurer dans un schéma (format XSD)[204].

```
<client>
      <nom>Martin</client>
      <prenom>Jeanne</prenom>
      <adresse>17 bd de la gare</adresse>
      <codepostal>13000</codepostal>
<ville>Marseille</ville>
      <numclient>N002</numclient>
</client>
```

Le registre national d'identification des personnes physiques (RNIPP) est écrit en XML. Les articles 3 du décret n°82-103 du 22 janvier 1982 relatif au répertoire national d'identification des personnes physiques établissent le dictionnaire de données de la base[205] :

> Article 3
> Sont portés au répertoire les seuls éléments suivants de l'état civil de chaque personne inscrite :
> 1° Le nom de famille et les prénoms ;
> 2° Le sexe ;
> 3° La date et le lieu de naissance ;

[203] <microformats.org> : il s'agit d'un groupe de spécifications (non standardisées) de métadonnées exploitant uniquement les ressources de HTML4. ***Microformats.org*** est une communauté, soutenue par l'association ***CommerceNet*** de promotion du commerce électronique. Ont contribué principalement à cet ensemble d'outils Matt Mullenweg (***WordPress***), Dan Cederholm (webdesigner), Tantek Çelik (ingénieur ***Microsoft***, auteur de recommandations pour XHTML et CSS), Matt Cutts (***Google***, spécialisé dans l'optimisation du référencement), Eric Meyer (webdesigner indépendant). La fiche de l'exemple a été réalisée avec le générateur automatique de carte de visite au format ***hCard***, <microformats.org/wiki/hcard>. ***hCard*** est un enfant des microformats : <microformats.org/code/hcard/creator>. D'autres langages de description co-existent, comme <microdata.org>, une extension de HTML5 à l'initiative de ***Google***, ***Microsoft Bing*** et ***Yahoo!***. Ces spécifications sont soutenues par le WHATWG. E. Meyer, M. Mullenweg et T. Çelik ont également développé XFN, ***XHTML Friend Network***, pour tracer des graphes sociaux entre autres blogs « amis ».
[204] <www.w3.org/TR/2012/REC-xmlschema11-1-20120405>
205<www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000520382>

> 4° La date et le lieu de décès ;
> 5° Éventuellement les numéros de l'acte de naissance et de l'acte de décès ;
> 6° Lorsque ces renseignements sont nécessaires à l'identification de l'intéressé, notamment en cas d'homonymes, la filiation et le nom marital.
> Figurent en outre au répertoire :
> Un numéro d'inscription décrit à l'article 4 ;
> Des indicatifs nécessaires à l'application de l'article 9 ;
> Des mentions indiquant les modifications apportées à l'état civil des personnes inscrites.
>
> Article 4
> Le numéro attribué à chaque personne inscrite au répertoire comporte treize chiffres. Ce numéro indique successivement le sexe (1 chiffre), l'année de naissance (2 chiffres), le mois de naissance (2 chiffres) et le lieu de naissance (5 chiffres ou caractères) de la personne concernée. Les trois chiffres suivants sont un numéro d'ordre permettant de distinguer les personnes nées au même lieu à la même période.
> Le numéro attribué à chaque personne inscrite au répertoire peut être complété par une clé de contrôle comportant deux chiffres.

Partant de ces articles, l'INSEE a développé son propre schéma XSD pour le numéro d'inscription au registre (NIR, ou n° de sécurité sociale, ou n° INSEE)[206]. Voici le schéma de l'article 4 :

```
<xs:simpleType name="NIRType">
  <xs:restriction
base="ie:ChaineNumeriqueEtAsciiMajusculeType">
      <xs:length value="13"/>
      <xs:pattern value="[0-9]{6}[0-9AB][0-9]{6}"/>
  </xs:restriction>
</xs:simpleType>
```

Le langage OWL, qui reprend la syntaxe XML, permet également de structurer des ontologies pour le web[207].

---

206 <xml.insee.fr/schema> et <xml.insee.fr/schema/nir.html>
207 ***eXtensible Markup Language*** : <www.w3.org/TR/2008/REC-xml-20081126>. Web Ontology Language : <www.w3.org/2004/OWL>

Il est intéressant de noter que, sur le site du W3C qui héberge les spécifications de RDF, les exemples choisis à titre pédagogique sont toujours reliés à l'identité[208] ; sur le web, les sites d'accompagnement et de promotion reprennent ces exemples.

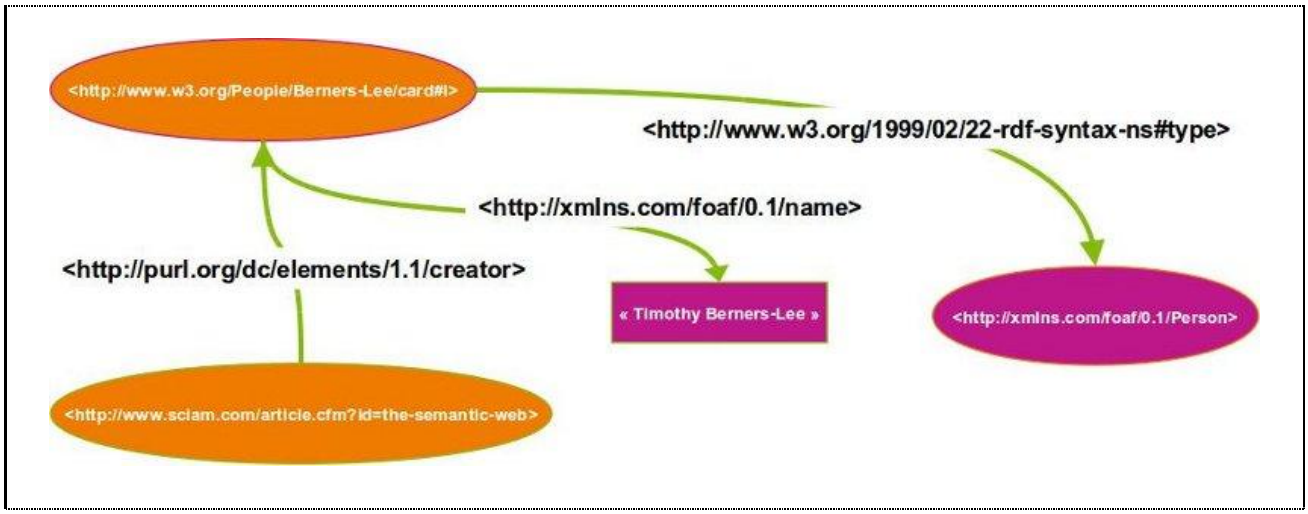


Fig. n° 4 : Tim Berners-Lee est une personne (source : Gautier Poupeau)

Ici, l'ontologie employée est FOAF : *Friend of a Friend*[209], permettant de créer des relations sémantiques entre les individus (après les avoir décrit). Dans la Fig. n° 4, le premier objet (ovale orange en haut à gauche) désigne un document (une carte de visite de T. Berners-Lee), le premier prédicat (vers la droite) explicite que le `type` du document concerne une personne (dans l'espace de noms `xmlns.com/foaf/0.1/Person`) ; le deuxième prédicat (au milieu) explicite que le nom de cette personne est `Timothy Berners-Lee`, le dernier prédicat est orienté à l'inverse, il part d'un document (deuxième ovale orange, en bas à gauche) et pointe vers la carte de visite. La circulation dans le réseau orienté permet de savoir que l'auteur du deuxième document est une `Person` nommée `Timothy Berners-Lee`. Chaque item – ou ressource – du graphe est associé à un identifiant unique (URI : *Uniform Resource Identifier*), qui peut fonctionner comme une adresse à l'intérieur du réseau (URL : *Uniform Resource Locator*)[210]. Cette adresse est une représentation

[208] <www.w3.org/TR/rdf-primer>, <www.w3.org/TR/rdf-concepts>, <www.w3.org/TR/cooluris>. Pour les explications et la promotion en France, voir <www.archivesdefrance.culture.gouv.fr/thesaurus/technos-web-semantique.html>, reproduit par son auteur, Gautier POUPEAU <www.lespetitescases.net/foaf_got.rdf>, un compère de Christian Fauré, sur <www.lespetitescases.net/les-technologies-du-web-semantique>

[209] <xmlns.com/foaf/spec>, <www.foaf-project.org>

[210] Pour une présentation plus détaillée du web sémantique, ou web des données, lire BACHIMONT B. *et al.* « Enjeux et technologies : des données au sens », *Documentaliste-Sciences de l'Information*, vol.4, n°48, 2011 : 24-41., <www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2011-4-page-24.htm>

dans un espace de nom, tandis que le document, formaté par l'une des sérialisations (RDFa, RDF-XML, Notation-3)[211], est une représentation de la ressource. Ainsi, en fonction du client, l'URI permet une négociation de contenu pour afficher une ressource compatible (au format HTML pour navigateur, au format RDF pour un requêteur SPARQL par exemple). Identité et coordonnées d'accès à l'entité dans le graphe sont alors fusionnées, ceci afin de pouvoir associer un document et son auteur, et ainsi lever le doute de l'identité numérique (le chien de Peter Steiner enfin démasqué).

La fourniture de ces éléments notionnels peut s'apprécier à trois niveaux :

- pour le lecteur, afin de comprendre la mécanique des bases de données personnelles du web et des dispositifs identitaires ;
- pour l'apprenti en BTS, chez qui ces éléments renvoient autant aux référentiels de formation (informatique de gestion, cas pratiques, épreuves théoriques et applications de cas pratiques) qu'aux outils exploités en entreprise (SGBDR, ERP, etc.) ;
- pour le concepteur web, avec une densité bien évidemment supérieure : la modélisation, le langage SQL, les questions de performance (NoSQL) appartiennent aux cours suivis par exemple par Mark Zuckerberg au moment de sa création de Facebook[212].

[211] Ces langages sont des sérialisations de RDF : RDFa (***RDF in attributes***) reprend la syntaxe d'HTML puisque les métadonnées sont écrites avec les attributs de ce langage, <www.w3.org/TR/rdfa-syntax> et <www.w3.org/TR/2012/REC-xhtml-rdfa-20120607>. Pour les autres syntaxes : RDF/XML est basé sur la syntaxe XML, à l'inverse de Notation-3, <www.w3.org/DesignIssues/Notation3.html>, rédigé par Tim BERNERS-LEE.

[212] ***Harvard Computer Science***, ***course 121*** : ***An introduction to Computer Theory***, <www.courses.fas.harvard.edu/0669> ; ***course 161*** : ***Operating System***, <www.courses.fas.harvard.edu/4347>. Ces cours étaient mentionnés sur le profil Facebook de M. Zuckerberg, <www.facebook.com/zuck>. Son enseignant Harry R. Lewis (CS121) témoigne sur son blog de la création du site, et de sa propre contribution en enjoignant Harvard d'encourager les étudiants entrepreneurs (ce qui avait déjà posé des problèmes avec Bill Gates, un autre élève de H. R. Lewis), <harry-lewis.blogspot.fr/2012/05/my-real-contribution-to-birth-of.html>. Matt Welsh, un autre enseignant, spécialisé dans les BDD distribuées (CS161), témoigne également de cette période, <matt-welsh.blogspot.fr/2010/10/in-defense-of-mark-zuckerberg.html>

C, Les trois dimensions du document numérique

En guise de conclusion pour cette partie de définitions, nous proposons de présenter sous forme synthétique les éléments composants la « théorie du document » établie par les chercheurs réunis au sein du collectif RTP-DOC, et rebaptisé du nom de plume Roger T. PÉDAUQUE[213]. Dans PÉDAUQUE 1, les auteurs proposent de définir un document et d'expliquer les mutations qu'il a connu dans son passage au numérique, et ce à travers les trois pôles de la forme, du signe et du médium, respectivement le « vu », le « lu » et le « su ».

	VU	**LU**	**SU**
	forme	signe	médium
approche	anthropologique	intellectuelle (neuro-anthropologique)	sociale (socio-anthropologique)
document traditionnel	support + inscription	inscription + sens	inscription + légitimité
document numérique	structures + données	texte informé + connaissances	texte + procédures
	document XML : données structurées + mise en forme (XSL)	document web sémantique : texte informé + ontologies	document web : publication + accès repéré (URI)

Dans la première approche (p. 34-49), un document se reconnait par sa forme : c'est d'abord l'objet qui prime (le codex). Avec le passage au numérique, la rupture hylémorphique entre le fond et la forme (HTML/CSS, XML/XSLT)[214] et la négociation de contenu perturbent cette reconnaissance, la cognition n'est plus le fait de l'humain mais d'un logiciel informatique. Dans la deuxième approche (p. 49-61), le document est accessible selon un cadre interprétatif situé dans l'espace de réception alors que dans sa version numérique, l'interprétation est cadrée par des ontologies produites dans l'espace de production. Enfin, la troisième dimension (p. 61-77) conçoit le document comme un élément de preuve inscrivant son auteur dans un cadre légitime relevant

213 Réseau Thématique Pluridisciplinaire : Documents et contenus, création, indexation et navigation, CNRS. Roger T. PÉDAUQUE est l'auteur de deux ouvrages, le premier coordonné/présenté par J.-M. SALAÜN (que nous appelons PÉDAUQUE 1), le second par Jean CHARLET (PÉDAUQUE 2) : PÉDAUQUE R. T., *Le document à la lumière du numérique. Forme, texte, médium : comprendre le rôle du document numérique dans l'émergence d'une nouvelle modernité*, Caen : C&F Éditions, 2006 ; PÉDAUQUE R. T., *La redocumentarisation du monde*, Toulouse : Cépaduès, 2007. Parmi les contributeurs de PÉDAUQUE 1, nous pouvons citer Jean-Michel SALAÜN, Dominique BOULLIER, Yves JEANNERET, Olivier ERTZSCHEID, Manuel ZACKLAD ; parmi les contributeurs de PÉDAUQUE 2, nous pouvons rajouter Franck REBILLARD.

214 Pour prendre le cas de HTML et CSS (*Cascading Style Sheet*), le W3C préconise de bien séparer la structuration des contenus d'une part (avec HTML) et la mise en forme visuelle de ces contenus (avec CSS). Pour en voir une illustration, consulter <www.csszengarden.com>, un même document structuré en HTML est représenté de manière différentes par différentes feuilles de styles écrites en CSS. XSLT (*Extensible Stylesheet Language Transformations*) fonctionne de même avec XML.

d'une construction sociale (un rattachement disciplinaire par exemple), ou, dit autrement, un document n'est légitime que dans le contexte de sa médiation (entre émetteur-s et récepteur-s). En contexte numérique, cette médiation se borne à un adressage physique : l'URI. La légitimité d'un cadre reposant de surcroit pour les auteurs à la pérennité de ce cadre, l'archivage numérique est dépendant des modalités de correspondance entre un adressage et un support physique (une rupture dans cette correspondance se caractérisant par une erreur 404 dans un navigateur). Ces trois dimensions servent chacune de stratégies pour les trois entreprises que sont ***Apple*** (la forme de l'objet, le Vu), ***Google*** (l'intellection des contenus, le Lu), et ***Facebook*** (la mise en relation, le Su)[215]. J.-M. SALAÜN nomme « néo-document » l'objet qui serait susceptible de combiner les formes du vu, du lu et du su : il prend pour archétype le téléphone mobile, à la condition que les constructeurs et éditeurs ne verrouillent pas le marché des applications et des contenus à leur seuls profits. Nous verrons d'une part que son analyse reprend ***a minima*** les modèles socio-économiques pour lesquels il a jadis apporté sa contribution (chapitre 3, section 3.2.C.2)[216], d'autre part que la perspective qu'il évoque à propos du téléphone mobile rejoint celle que développe depuis 1999 Dominique BOULLIER à propos de « l'habitèle » (chapitre 8, section 3.2.C sur la bulle du cadre privatif appareillé), ainsi que d'autres chercheurs ou praticiens analysant la stratégie de ***Google*** (chapitre 3.3.B sur la migration du document vers l'identité).

1.3, Le vœu d'exhaustivité de la modélisation

A, La vitale hétérogénéité des données

OWL, XML, microformats, microdata, FOAF, XFN, HTML5, RDF et ses multiples représentations : les formats d'écriture des métadonnées abondent, en écho à la multiplicité des contextes dans lesquels ils sont requis, chaque contexte nécessitant son formalisme.

Cet impératif de la multiplicité, ou cette hétérogénéité, qui pourrait paraitre contraire au projet formaliste, lui est en fait intrinsèquement lié. Dans un article dont le titre résonne comme celui de notre thèse, intitulé « Enjeux et technologies : des données au sens », Bruno BACHIMONT (directeur de recherche à l'Université technologique de Compiègne, spécialisé en

[215] SALAÜN J.-M., *Vu lu su. Les architectes de l'information face à l'oligopole du web*. Paris : La Découverte, coll. « cahiers libres », 2012

[216] Voir SALAÜN, 2012, p.108 et le tableau basé sur les travaux de MIÈGE, PAJON & SALAÜN, 1986.

ingénierie des connaissances) explique que « le formalisme est une impasse comme paradigme mais s'avère fécond quand il est mobilisé de manière locale, dans des contextes particuliers et maîtrisés ». Alors que le sens se déduit du « global au local » (on puise dans des schèmes pour comprendre une situation donnée), la logique induit des propositions qui vont faire sens. Pour B. BACHIMONT, « le fonctionnement du sens dans le cadre de la logique est opposé à son fonctionnement dans un contexte linguistique ou sémiotique. Il est donc impossible de réduire l'un à l'autre », (BACHIMONT, 2011). Ainsi, chaque situation requiert une forme spécifique, avec pour conséquence une incompatibilité hors contexte. L'enjeu du web des données est d'associer et préserver l'hétérogénéité et en même temps la compatibilité des formats de données.

B, Le graphe universel

B.1 Le graphe de Facebook

Si l'exemple précédent attache des documents et des personnes, l'objectif de FOAF est de représenter des relations sociales (comme dans le Graphique n° 6). Par agrégation des réseaux sociaux de tous les individus, il serait possible d'atteindre un graphe social gigantesque, une possibilité qui n'a pas échappé à Mark Zuckerberg. À l'occasion de la TechCrunch40, une conférence organisée en 2007 par Michaël Arrington, célèbre entrepreneur et investisseur, il définissait ainsi le graphe social :

> « C'est l'ensemble des relations de toutes les personnes dans le monde. Il y en a un seul et il comprend tout le monde. Personne ne le possède. Ce que nous essayons de faire c'est de le modéliser, de représenter exactement le monde réel en en dressant la carte »[217]

Pour ce faire, les ingénieurs de ***Facebook*** ont développé une bibliothèque d'instructions logicielles, nommée ***Open Graph***, dans lequel le modèle relationnel est intégré à l'architecture informationnelle, en soubassement des autres paradigmes de données[218] :

[217] Traduction de Francis Pisani, qui assistait à la conférence et la relate sur son blog : 17/09/2007, <pisani.blog.lemonde.fr/2007/09/18/facebook-cest-pour-mieux-te-connaitre-mon-enfant>. La vidéo est accessible à cette adresse : <www.techcrunch50.com/2007/mark_Zuckerberg.php>
[218] <developers.facebook.com/docs/opengraph>

> *« At Facebook's core is the social graph; people and the connections they have to everything they care about. The Graph API presents a simple, consistent view of the Facebook social graph, uniformly representing objects in the graph (e.g., people, photos, events, and pages) and the connections between them (e.g., friend relationships, shared content, and photo tags).*
>
> *Every object in the social graph has a unique ID.*
>
> *Alternatively, people and pages with usernames can be accessed using their username as an ID. […] All responses are JSON objects.*
>
> *[…]*
>
> *All of the objects in the Facebook social graph are connected to each other via relationships»*[219].

On retrouve ainsi à la fois le modèle entité-association, le graphe orienté objet et le réseau sémantique. En juin 2012, la BDD de *Facebook* est composée de 58 tables[220]. La table `User` est elle-même composée de 72 attributs[221]. Le formulaire d'inscription et de profilage est composé de 30 questions. En aout 2012, il y aurait 952 millions d'enregistrements dans la table `user`.

L'affichage de chacun de ces profils, de leurs statuts, images, et de tous les contenus publiés sur *Facebook* est architecturé par l'*Open Graph Protocol*[222], qui est lui-même structuré par les langages formels du web sémantique :

---

[219] « Au cœur de *Facebook* se trouve le graphe social : les gens et les connections qu'ils ont avec tout ce qui les concerne. L'interface de programmation présente une vue simple et consistante du graphe social de *Facebook*, représentant uniformément tous les objets du graphe (comme les gens, les photos, les événements et les pages) et les connections entre eux (relation d'amis, contenu partagé, photos taguées).
Chaque objet dans le graphe a un identifiant unique.
D'une autre manière, le nom d'utilisateur d'une personne ou d'une page peut servir d'identifiant d'accès. [...]
Toutes les réponses sont des objets JSON [Nda : Javascript Object Notation].
[...]
Tous les objets du graphe social *Facebook* sont connectés entre eux par des associations ». Page accessible à l'adresse suivante : <developers.facebook.com/docs/reference/api>. Cette page n'est accessible que si l'on est membre de *Facebook*.

[220] La liste est présente sur <developers.facebook.com/docs/reference/fql> : album, application, apprequest, checkin, comment, comments_info, connection, cookies, developer, domain, domain_admin, event, event_member, family,friend, friend_request, friendlist, friendlist_member, group, group_member, insights, like, link, link_stat, location_post, mailbox_folder,message, note, notification, object_url, offer, page, page_admin, page_blocked_user, page_fan, page_milestone, permissions,permissions_info, photo, photo_src, photo_tag, place, privacy, privacy_setting, profile, profile_view, question, question_option,question_option_votes, review, standard_friend_info, standard_user_info, status, stream, stream_filter, stream_tag, subscription,thread, translation, unified_message, unified_thread, unified_thread_action, unified_thread_count, url_like, user, video, video_tag

[221] La liste complète sur <developers.facebook.com/docs/reference/fql/user>

[222] <opengraphprotocol.org>

> « *The Open Graph protocol was originally created at Facebook and is inspired by Dublin Core, link-rel canonical, Microformats, and RDFa* »

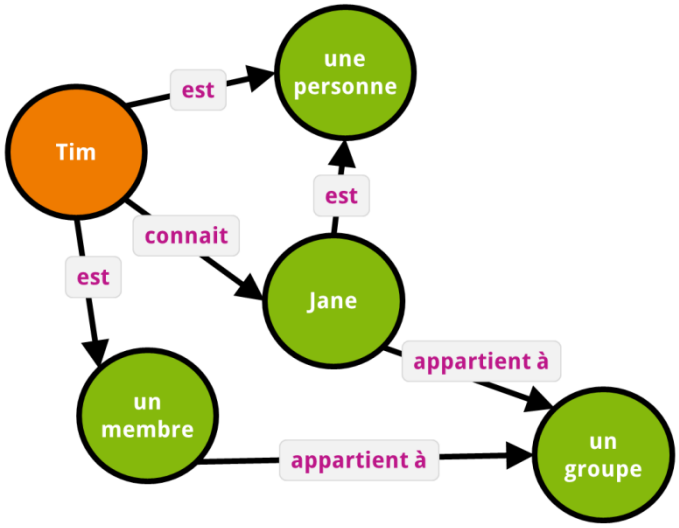
Dublin Core est une ontologie sur les licences apposées au document : elle permet de signifier l'auteur, l'éditeur, la date de publication, etc. d'une ressource numérique en ligne[223]. `<link rel="canonical">` est une métadonnée HTML créant un triplet entre une ressource numérique en ligne (et répliquée) et son document originel (canonique)[224].

B.2 Le Giant Global Graph

Faisant preuve de la même prospective que M. Zuckerberg, Tim BERNERS-LEE pour sa part commence d'abord par développer une articulation historique et technique : le Net reliait les ordinateurs, puis le Web a relié les documents, il serait temps désormais de relier les données, y compris personnelles, dans ce qu'il appelle le *linked data*[225]. Ainsi, le *World Wide Web* devrait laisser la place à un *Giant Global Graph* (BERNERS-LEE, 2007, *op. cit.*) : dans le cœur de ce graphe résiderait *primo*, la formalisation ou mise en données des prédicats ; *deuxio*, l'heuristique de ces prédicats ; *tertio*, l'inférence de ces prédicats. Pour exemple, le nombre de triplet sujet – prédicat – objet ne cesse d'augmenter, et les représentations avec lui. Le fait que *Facebook* adopte cette logique produit une masse de représentations encore plus gigantesque. Dans leurs discours, les ingénieurs fondateurs du web ou de *Facebook* estiment qu'en associant aux contenus des métadonnées qu'elle peut analyser, la machine serait capable de développer des processus cognitifs, de l'intelligence, et qui sait – selon ses partisans en tous cas – de la subjectivité. La prétention à l'exhaustivité, la globalité, n'est pas loin, ou à tout le moins n'est pas éloignée de l'"*universal data sublanguage*" de E. CODD ou de l'"*intergalactic dataspeak*" de M. STONEBRAKER.

---

223 <dublincore.org>
224 Il s'agit d'une initiative de Google,
<support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=fr&answer=139394>
225 BERNERS-LEE T., LinkedData, 27/07/2006, <www.w3.org/DesignIssues/LinkedData.html>



Graphique n° 6 : Tim (sujet) et son graphe social orienté à traduire dans FOAF

Les discours d'ingénieurs rejoignent d'ailleurs ici les discours commerciaux. John Battelle, auteur, entrepreneur et journaliste, co-fondateur du magazine *Wired* et du terme « Web 2.0 », parle en 2003 d'une « base de données des intentions »[226] :

> *"This information represents, in aggregate form, a place holder for the intentions of humankind – a massive database of desires, needs, wants, and likes that can be discovered, subpoenaed, archived, tracked, and exploited to all sorts of ends. Such a beast has never before existed in the history of culture, but is almost guaranteed to grow exponentially from this day forward. This artifact can tell us extraordinary things about who we are and what we want as a culture. And it has the potential to be abused in equally extraordinary fashion*" [227]

B.3 L'empreinte numérique

Dans l'article de J. Battelle, « ce que nous voulons comme culture » conduit par un lien hypertexte vers le *Zeitgeist* de *Google* (le classement des requêtes les plus fréquentes chez *Google*,

[226] <battellemedia.com/archives/2003/11/the_database_of_intentions.php>
[227] « Ces informations représentent, sous leur forme agrégée, un réceptacle pour les intentions de l'humanité – une base de données massive de désirs, besoins, volontés et amours qui peuvent être découverts, cités, archivés, traqués, et exploités à toute sorte de fins. Un tel monstre n'a auparavant jamais existé dans l'histoire de la culture, mais il est garanti qu'il va grandir de façon exponentielle à partir de ce jour. Cet artefact peut nous dire des choses extraordinaires sur qui nous sommes et sur ce que nous voulons comme culture. Et il peut conduire à des abus tout aussi extraordinaires. »

censé représenter les attentes sociales : ce que les internautes cherchent le plus), tandis que les « abus extraordinaires » pointent vers des informations relatives à l'*USA Patriot Act*.

Ainsi, la « vision d'ensemble » que procurent les BDD « peut révéler trop, malgré toutes les précautions d'anonymisation et de confidentialité des données. », (CASILLI, 2010 : 104). Si cette base de données permet de découvrir les intentions de la collectivité, elle est cependant basée sur l'agrégation des données personnelles, collectées auprès d'une multitude de sites et d'appareils, et en cours de structuration par les métadonnées du web sémantique. À l'échelon individuel, cette globalité prend forme dans l'empreinte numérique ; au niveau national, dans l'écosystème identitaire.

C, Les limites de l'universalité

Nous retiendrons de ces éléments notionnels que, au-delà des impératifs techniques et organisationnels, les paradigmes de données présentés reposent sur une première modélisation de la réalité (au sens large le modèle conceptuel). CODD disait que « *the universality of the data sublanguage lies in its descriptive ability (not its computing ability)* »[228]. Nous pensons au contraire que la capacité à décrire la réalité (énoncé constatif) est subordonnée à la capacité à manipuler la réalité (énoncé performatif), *via* les choix conceptuels et les opérations réalisées sur les données capturées.

Ainsi, le vœu d'universalité se heurte en théorie à trois écueils conceptuels : on ne peut pas tout représenter, donc ce qui est représenté correspond à un monde clos (a), et ce qui est modélisé ne représente que ce que le concepteur conçoit ou se représente de la réalité (b).

C.1 La clôture

Depuis Platon, nous savons que la représentativité est limitée : « Il est impossible de créer des "niches universelles", nous expliquent RUHLEDER & STAR, le standard d'une personne est le chaos d'une autre. Il n'existe pas de véritables universaux dans la conception des technologies virtuelles à grande échelle », (RUHLEDER & STAR, 2010 : 2)[229]. Ainsi, de par son vœu d'exhaustivité,

[228] « L'universalité du sous-langage de données réside dans sa capacité à décrire (et non à calculer) ».

[229] RUHLEDER K., STAR S. L., « Vers une écologie de l'infrastructure », *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol. 4, n°1, 2010, p. 114-161. La clôture de la représentation est une impasse que Susan L. STAR avait déjà pointée du doigt précédemment, dans STAR S. L., "*Situations vs. standards in long-term, wide-scale decision-making: the case of the International Classification of Diseases*", in *Proceedings of the Twenty-Fourth Annual Hawaii*

le modèle relationnel est considéré comme « prétentieux »[230]. Susan L. STAR remarquait qu'il y aurait toujours des « orphelins de l'infrastructure : ceux qu'on n'arrive pas à configurer pour les caser dans nos infrastructures de travail », (BOWKER, 2010). Ceux qui conçoivent des BDD prétendent justement reconfigurer ces orphelins pour les intégrer dans leur représentation. Deux pratiques participent de cette reconfiguration.

L'utilisation de la contrainte d'intégrité référentielle (pas de clé étrangère sans clé primaire) : comme le notaient MEIJER & BIERMAN, l'intégrité référentielle renvoie à l'hypothèse d'un « monde clos », incompatible non seulement avec les architectures distribuées, mais aussi avec le principe de réalité : « ***The bigger the world, the harder it is to keep closed*** », (MEIJER & BIERMAN, 2011)[231]. Pourtant, sur ***Facebook***, si je déclare un lien d'amitié avec A, il faut que celui-ci soit adhérent de ce service web. Or il est possible de construire un prédicat sur un objet qui n'existerait pas dans la BDD de ***Facebook*** : A n'est pas membre du site, mais ayant été « tagué » sur une photo, ***Facebook*** se l'est approprié dans le même temps qu'a été construite une représentation de « l'ami ». Ce travail de reconfiguration du réel peut parfois se situer en dessous du seuil de conscience ; de la même manière, il peut être enchâssé dans un système plus vaste.

La classification : la sociologue Anne GOTMAN rappelle que « pour identifier, il faut donc user de catégories – ***krinein***, juger, discerner –, fixer des frontières, créer des isolats objectifs ou subjectifs », (GOTMAN, 2008)[232]. Ces isolats sont ensuite regroupés selon leur plus petit dénominateur commun, quelle que soit la proximité avec le réel de cette nomenclature (un numéro est plus symbolique qu'un nom, un code postal plus abstrait qu'un toponyme). Cette classification se réalise en permanence, « dans le flux et le reflux ordinaires de la vie sociale », explique R. BRUBAKER[233]. Mais si le sociologue américain rappelle qu'identification et catégorisation fonctionnent en mode exogène aussi bien qu'endogène[234], il insiste sur le fait qu'il « existe aussi un autre type fondamental d'identification externe qui ne trouve pas de contrepartie dans le domaine de l'auto-identification : il s'agit des systèmes de catégorisation formalisés, codifiés et objectivisés,

---

International Conference on System Sciences, 8-11/01/1991, vol.4 : 73-81 ; voir aussi BOWKER G., "***How to be Universal: Some Cybernetic Strategies, 1943-70***", *Social Studies of Science*, vol.23, n°1, 1993 : 107-127

230 BOWKER G. C., STAR S. L., "***Building Information Infrastructures for Social Worlds - The Role of Classifications and Standards***", in Ishida, T. (dir.), *Community Computing and Support Systems: Social Interaction in Networked Communities*, Springer, 1998 : 231-248. Citation page 233.

231 « Plus grand est le monde, plus difficile il est de le clôturer »

232 GOTMAN A., « La reconnaissance de l'identité : Pourquoi ? », ***Revue de l'association française de sociologie***, vol.3, 2008

233 BRUBAKER R., « Au-delà de l'identité », ***Actes de la recherche en sciences sociales***, vol. 139, (2000), 2001, p.66-85. Nous reviendrons plus en détail sur cet article et son auteur dans le chapitre 4, section 2.1 consacrée à l'identité comme catégorie de pratique

234 « Les gens identifient et catégorisent d'autres gens, de la même manière qu'ils s'identifient et se catégorisent eux-mêmes »

développés par les institutions détentrices de l'autorité et du pouvoir », (BRUBAKER, 2000 : 75). Ces institutions ne relèvent plus seulement des pouvoirs publics, la privatisation du cadre épistémique de l'institution nominale ayant transférée cette autorité et ce pouvoir à des instances transnationales (W3C) ou privées (ce que nous appellerons dans le chapitre 3, section 2.2les industries de la certification d'identité et de la réputation). Il n'empêche que les logiques de classification sont tout autant opérationnelles dans les divers dispositifs traitant des données personnelles. Dans *Sorting things out: Classification and its consequences* (1999), BOWKER & STAR avaient par exemple montré les effets de la rédaction du registre de l'*International Classification of Diseases* (ICD) : le choix (après négociations) d'inscrire une maladie dans le registre peut modifier la perception de cette maladie auprès des praticiens, et des patients (augmentation des déclarations ou des prescriptions pour la première population, stigmatisation ou réconfort de la reconnaissance pour la seconde) [235]. La catégorisation préalable à tout travail statistique relève de la même logique, avec les enjeux signalés par SELTZER & ANDERSON : les auteurs distinguent plusieurs types de BDD : les macrodonnées compilant des données statistiques pour de larges agrégats de population, les mésodonnées compilant des statistiques pour de petits groupes localisés, et les microdonnées non-protégées basées sur des données personnelles relatives à des groupes vulnérables (numéro d'identification, noms et adresses des membres d'une ethnie minoritaire), enfin toute une série d'autres matériaux produits par les services nationaux de statistiques. C'est dans les microdonnées que la « performance » est la plus forte, car l'un des attributs permet de faire ressortir instantanément les personnes vulnérables. Ces types de base et d'attribut sont interdits par la CNIL : ils étaient pourtant présents dans les premières versions d'EDVIGE ou dans le prétendu fichier sur le Rroms[236].

Parce que cette classification est centrée sur un service public de statistiques, elle n'accorde pas de place à une BDD comme celle de *Facebook* :

- en raison de sa volumétrie, on pourrait considérer qu'il s'agit d'une macrodonnée ;
- en raison du graphe social que tissent les membres du site, on pourrait considérer qu'il s'agit d'une mésodonnée ;
- en raison du caractère identifiant et intrusif au regard de la vie privée (provoquant *de facto* une forme de vulnérabilité dans certains rapports sociaux), on pourrait considérer qu'il s'agit d'une microdonnée non-protégée.

[235] Ian HACKING a également travaillé sur les effets de classification dans la santé, dans HACKING, 1999, *op. cit.*
[236] <www.cnil.fr/fileadmin/documents/La_CNIL/actualite/Conclusions du rapport préliminaire des contrôles de la CNIL menés auprès de la Gendarmerie Nationale.pdf>

Nous reviendrons sur cette classification en fin de chapitre, quand émergeront des problématiques sur les bases de macrodonnées nationales.

C.2 La construction de la réalité

Selon l'approche constructiviste, le modèle conceptuel, ou modèle sémantique, des bases de données, revient à construire un cadre de représentations des phénomènes réels ou sociaux. Ce cadre est conditionné par la propre subjectivité de son concepteur, ou par celle de ses commanditaires. E. CODD entrevoyait déjà les limites de la représentativité du modèle en cas de défaut d'informations complémentaires (une réalité que le concepteur n'aurait pas perçue, ou jugée inutile de coder), et les possibilités d'interprétation que pourraient en faire les utilisateurs finaux (car ceux-ci, nous dit l'auteur, n'ont pas besoin de connaître le modèle concepteur). Cette marge ne disparaitra pas dans les autres modèles : elle est même au cœur de notre problématique. Un exemple : alors que sur ***Facebook***, un membre peut signaler son genre à travers deux sexes (homme/femme : liste déroulante, un seul choix possible et obligatoire), et dire s'il est intéressé par les hommes ou les femmes (case à cocher : 2 choix possibles et facultatifs) soit 10 possibilités, le réseau socionumérique ***Fetlife*** (Bondage/Sadomaso, plus d'un million de membres) propose 12 genres (***Male, Female, Crossdresser/Transvestite, Trans - Male to Female, Trans - Female to Male, Transgender, Gender Fluid, Genderqueer, Intersex, Butch, Femme***) et 25 « rôles » (activités ou relations pratiquées ou recherchées), soit 300 profils-types distincts. Ainsi, considérant ces bases de données dans le domaine de l'agir, ou de la ***praxis***, il y aurait un rapport de 1 à 30 dans les potentialités de rencontres prévues par ces deux services web, mais renseigner et consulter ces choix permettraient aux interactants de s'appairer (CASILLI, 2010 : 297) : il ne faut croire pour autant que ces traces remplissent les conditions de vérité (RIEDER, 2010). Dans le domaine de la représentation de l'être et de la collectivité, au niveau épistémique, les bases de données, dont fait partie Internet, ont modifié « radicalement notre rapport à la connaissance et notre image d'agents cognitifs », (ORIGGI, 2007 : 17). Au sein des agents cognitifs, nous distinguons ceux qui conçoivent, et dont les processus cognitifs et les connaissances qu'ils se représentent imprègnent le modèle conceptuel, et ceux qui accèdent à ces représentations, les manipulent, et dans une certaine mesure, sont manipulés par elles.

Partant, comme le signale Bernhard RIEDER (chercheur en information que nous avions cité en introduction de ce mémoire), en reprenant la dialectique du philosophe et épistémologue Ian

HACKING[237], « les traces informationnelles (...) jouent un rôle aussi bien dans les représentations d'une réalité que dans l'intervention sur cette réalité. », (RIEDER, 2010). Pour M. MEYER, c'est « par ces objets [les BDD] que s'articulent des identités, des pratiques, des manières différentes d'agir sur le monde » (MEYER, 2009)[238]. Lev MANOVICH précise que les « nouveaux médias » (CD-ROM interactifs, jeux vidéos, BDD) sont à la fois « une action sur le monde et une représentation du monde »[239]. Cette actualisation, nous dit-il, est le fait de l'algorithme (ou de la requête de sélection dont les tuples/enregistrements sont manipulés par les langages-objet) : les grands récits qui nous donnaient à voir le monde sont dorénavant remplacés par les « nouveaux médias » et les sites web, dont le parcours est laissé à la discrétion de l'utilisateur. Mais si l'algorithme remplace le récit, comme l'affirme MANOVICH, cette prétendue interaction ne doit pas faire oublier la part de scénarisation ou de localisation (dans un espace de nom) prévue par le concepteur. **La performativité des bases de données tiendrait alors aux choix de représentations et des parcours au sein de ces représentations, qui par leurs usages, aboutiraient à des interventions spécifiques, l'ontologie informatique pourrait avoir des conséquences sur l'ontologie ontique.**

Ainsi, nous pensons qu'il y aurait réification par le transfert sémantique – et conceptuel – entre un être humain (HEIDEGGER parlerait d'un « être-là », ou ***Dasein***[240]) et une entité, à comprendre non plus selon son acception philosophique mais selon l'abstraction informatique qui la traduit en objet, ce qui chosifierait le ***Dasein*** en figeant sa dimension ***hic et nunc*** : un individu (normalement indivisible) peut être modélisé sous forme d'attributs (dont un identifiant unique, mais aussi des données biométriques, ou des statuts dans ***Facebook***, des localisations dans ***Foursquare***, des graphes sociaux dans ***Twitter***, etc.), par extension, ces attributs devraient permettre d'identifier – par dépendance fonctionnelle – une personne, c'est d'ailleurs la définition d'une donnée à caractère personnelle (Loi Informatique et Libertés, art. 2, 1978). Une représentation de cette entité peut être encodée ***via*** le modèle relationnel, stockée sur des disques durs et manipulée par des langages-objet et à nouveau représentée sous forme documentaire, en ligne par exemple (c'est la page de profil ***Facebook***). Quand O. ERTZSCHEID signale que « l'homme est devenu un document comme

---

237 Notamment dans l'ouvrage HACKING I., Re*presenting and intervening : introductory topics in the philosophy of natural science*, Cambridge (NY) : Cambridge University Press, 1983, 302 pages. Une dialectique, et une problématique, reprises dans HACKING I., *Entre science et réalité : La construction sociale de quoi ?*, Paris : la Découverte, (1999), 2001

238 MEYER M., « Objet-frontière ou Projet-frontière ? Construction, (non-)utilisation et politique d'une banque de données », *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol. 3, n°1, 2009, p. 127-148

239 MANOVICH L., *The Language of New Media*, Cambridge : MIT Press, 2001

240 Voir la IIème partie, Chapitre 4, section 1, dont une partie est consacrée à la métaphysique du projet identitaire

les autres », comprendre dans le texte une marchandise, (ERTZSCHEID, 2009)[241], il ne faut pas oublier que d'abord, il est devenu une donnée comme les autres, *i.e.* un objet informationnel avec un facteur élevé d'appropriabilité ; **dès lors, si des inférences sont possibles à partir de l'interrogation de ces données, et si à partir de celles-ci se reconstruit une représentation de la réalité, c'est là que réside, selon nous, la performativité des bases de données, quelle que soit l'intentionnalité du concepteur.**

2. Études de cas : l'énonciation éditoriale des dispositifs identitaires

Sans chercher à relier les individus dans un graphe social commun, il est plus facile de discerner pour l'heure le tracé global de leurs activités en contexte numérique. Les données personnelles sont produites dans une multiplicité d'espaces, en ligne et hors ligne, au moment des transactions (homme-machine) et des interactions (intersubjectives).

Les projets des constructeurs de téléphones mobiles, en partenariat avec les sociétés bancaires ou les régies de transport, prévoient de faire converger dans un seul terminal la gestion de multiples transactions : télécommunications, titres de transport, micro-paiements et virements, transfert des carnets d'adresse, voire du carnet de santé[242]. La présence de puce GPS dans certains de ces appareils produit une convergence sociotechnique encore plus grande. Il existe ainsi des accords entre certains sites web de géolocalisation et des enseignes de restauration ou de divertissement sur des coupons de réduction offerts aux abonnés actifs[243]. La navigation en ligne s'inscrit bien

241 ERTZSCHEID O., « L'homme, un document comme les autres », *Hermès*, n°53, 2009

242 Dans la perspective des *Jeux Olympiques* de *Londres 2012*, le consortium *Visa* a noué divers partenariats avec *Samsung*, la *Lloyds*, *Coca-Cola* pour équiper des appareils ou des athlètes avec ce genre de technologie. <readwriteweb.com/archives/NFC_coming_to_london_2012_olympics_courtesy_of_samsung_and_visa.php>, <nfcrumors.com/10-17-2011/coke-deploy-visa-nfc-vending-machines>, <nfcnews.com/2011/05/18/lloyds-tsb-joins-visa-in-olympic-nfc-payments-venture>

243 Sur l'application mobile *Foursquare*, l'abonné signale sa présence à un endroit (un « *check* »). L'accumulation des *check* accorde un statut à l'abonné en concurrence avec les autres personnes s'étant signalées (il devient « maire » de l'endroit). Les chaines de restauration rapide *MacDonald*, *Quick*, *Subway*, *Starbuck* proposent des menus gratuits pour les maires. Beaucoup de bars et boites de nuit fonctionnent sur le même mode.

évidemment dans le même cadre d'enregistrement des transactions : *via* les *cookies*, les historiques et les *logs* d'adresse IP, chaque consultation de page web donne lieu à une écriture[244].

Les transactions bancaires (*via* les réseaux *Visa*, *MasterCard* ou *SWIFT*[245]), la gestion de l'assurance maladie (vie les cartes *Vitale*), les lettres recommandées avec accusés de réception, les compteurs de gaz, les systèmes antivol des véhicules, les télé-déclarations fiscales, les machines de vote électronique sont tous des systèmes reposant sur des mécanismes d'identification électronique reliés à des bases de données informatiques : chaque interaction avec ces systèmes produit un enregistrement numérique. Pour partie, ces dispositifs (et le composant de conservation des données personnelles) appartiennent à des entreprises du secteur privé.

Dans le secteur privé ou public soumis à décentralisation, la télébilletique reproduit cette habituation : la RATP avec le *Pass'Navigo*, les TCL avec *Tecely* (Lyon), Rennes et *Korrigo* proposent une carte de transport « sans contact »[246] à valider à chaque correspondance (et non plus seulement au départ du trajet). Comme le fait remarquer J. MATTERN[247], il est difficile de discerner ce qui, dans ces pratiques et ces discours, relève d'un simple contrôle de gestion (optimiser les rotations des véhicules de transport en commun) ou d'un contrôle social (individualiser les déplacements et identifier les anormalités : fraudes, rassemblements, etc.). Les objets à base de RFID[248] posent le même genre de questions. Si les appréhender à travers le prisme de la surveillance ou du contrôle social conduit l'analyse dans une impasse, il convient alors soit de changer le prisme d'analyse (ce que nous ferons dans la suite de ce chapitre), soit de redéfinir la surveillance (ce que fera Philip AGRE dans le chapitre 3).

En considérant le pouvoir adamique (celui de l'institution nominale) **investi dans la modélisation des bases de données personnelles, notre hypothèse est que les ontologies, les espaces de noms, les schémas de métadonnées et les langages formels du web**

244 Les *cookies* sont des fichiers texte générés par certains sites web : ils contiennent divers niveaux d'information. Les historiques constituent la mémoire des navigateurs et permettent à l'usager de consulter un document fréquenté précédemment. Les *logs* sont enregistrés par les fournisseurs d'accès, les hébergeurs et les administrateurs des sites web.

245 La *Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication* est une entreprise basée à Luxembourg et chargée de gérer le réseau interbancaire international.

246 Technologies de Communication en champ proche (*Near Field Communication*, NFC).

247 MATTERN J., « Critique de la notion de "contrôle" : le cas de l'informatisation de la billetterie dans les transports publics urbains », *Actes du 15ème colloque CREIS-TERMINAL, Les libertés à l'épreuve de l'informatique : Fichage et contrôle social*, Paris, juin 2010

248 Technologie de radio-identification (*Radio Frequency Identification*). Dans le cadre des transports en commun, les étiquettes RFID sont en cours d'expérimentation à Nice. Elles servent comme moyen de paiement, antivol, et traceur d'objet (containers) ou d'animaux (puces sous-cutanées). Lire ALBERGANTI M., *Sous l'œil des puces : la RFID et la démocratie*, Paris : Acte Sud, 2007.

sémantique sont le dernier avatar en date du cadre épistémique de l'institution nominale. « En d'autres termes si des "traces" sont collectées, elles sont aussi organisées et inscrites dans un espace qui leur donne sens et leur assigne une place », précise Y. JEANNERET (2011 : 71).

2.1, L'énonciation éditoriale

L'énonciation éditoriale est pour ses deux auteurs, Y. JEANNERET et E. SOUCHIER, un procès invisible du public portant la marque des « pratiques de métiers constitutives de l'élaboration, de la constitution ou de la circulation des textes » et dont la finalité est de faire « exister matériellement, socialement, culturellement... aux yeux du lecteur » cette production éditoriale. Selon eux, « on peut considérer l'énonciation éditoriale comme la face sémiotique, matériellement préhensible, de la « structure structurée structurante» de l'habitus au sens où l'entendait Bourdieu. », (JEANNERET & SOUCHIER, 2005 : 6)

Comme processus, l'énonciation éditoriale couvrirait un domaine allant des acteurs (auteurs, éditeurs, distributeurs, revendeurs, etc.) aux objets (formes, outils, méthodes) : le façonnage des objets textuels passerait ainsi d'« un espace de façonnage matériel de la forme visuelle dans la matière en direction d'un espace de sa programmation dans le logiciel », ce que Y. JEANNERET nomme des plastigrammes[249]. Les acteurs connaitraient un procès de division du travail dans leur espace de production réorienté vers une individualisation des pratiques, ou réappropriation de l'espace de production par une « pluralité d'énonciateurs » (SOUCHIER, 1998 : 142) émergents (2005 : 9), résultant en une « énonciation polyphonique » (1998 : 172). Dans le cadre de l'injonction médiatisée que nous aborderons dans la II[ème] partie, cela équivaudra à considérer que l'individualisation des pratiques renvoient aux « singularités subjectives » (DENOUËL & GRANJON, 2010)[250], médiatisées dans des dispositifs dont dispose le sujet, sans pour autant qu'il les maitrise[251],

[249] CdB, 19/09/2009. Séminaire doctoral du GRESEC, En référence à ***PowerPoint***. ***WordPress*** nous semble appartenir à cette catégorie de logiciels. Nous prenons pour principe d'inclure dans nos sources les séminaires doctoraux : s'ils ne donnent pas lieu à une production écrite, dérogeant ainsi au principe de preuve documentaire (d'où l'absence de notice bibliographique), ils correspondent néanmoins au principe de transmission des connaissances. Dédiés à enrichir scientifiquement la recherche doctorale par la présentation de méthodes, de champs théoriques et de résultats empiriques, ces séminaires incarnent « la science en action » dans laquelle s'inscrit toute recherche académique. En dehors d'une référence écrite dans un texte scientifique, il ne serait pas possible de valoriser l'investissement d'un laboratoire et ni celui des chercheurs invités à ces séminaires : les mettre en référence parmi les sources de notre recherche permet alors d'apporter la preuve d'une telle politique scientifique, individuelle ou collective.

[250] DENOUËL J., GRANJON F., « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », Sociologie, n°1, 2010,

non pas en termes de contenus ou de fonctionnalités, mais dans la forme, le formatage que ces dispositifs pratiquent dans la médiatisation de soi, ou l'énonciation éditoriale de soi : « un logiciel (…) "formate" l'écriture comme une "discipline" imposée au corps écrivant, selon le sens donné par Michel Foucault à ce terme. », (JEANNERET & SOUCHIER, 1999 : 106)[252].

En effet, « la forme du texte devient ainsi, graduellement, le reflet de ce que l'informatique sait faire – essentiellement des boîtes et des "computs" », les `<div>`, les `<p>` et les instructions `if… then…` des exemples de la section précédentes. Si, comme le remarquent les auteurs, le W3C poursuit le mythe de « l'indépendance du dispositif »[253], il ne faut pas oublier non plus que les pratiques graphiques et typographiques de l'ère pré-numérique consistaient également à « emboiter des poupées gigognes » (2005 : 14), et que la poétique peut également se situer du côté des langages formels, comme dans leur article programmatique de 1999, intitulé « Pour une poétique de "l'écrit d'écran" », surtout si on la considère comme une poïétique[254].

> « Nous nommons architextes (de archè, origine et commandement), les outils qui permettent l'existence de l'écrit à l'écran et qui, non contents de représenter la structure du texte, en commandent l'exécution et la réalisation. Autrement dit, le texte nait de l'architexte qui en balise l'écriture. En amont se trouvent les langages informatiques déjà intégrés à la conception générale de "l'écriture informatique".

---

251 « L'apparente démocratisation de la pratique d'écriture-lecture se traduit en fait par un renforcement accentué des inégalités sociales devant l'accès au texte. », (JEANNERET & SOUCHIER, 2005 : 10)

252 « L'emprise des logiques informatiques sur l'ordre du texte écrit. (...) Les logiciels de grande diffusion - outils du quotidien - entendent régir l'institution même de l'image du texte en incarnant une certaine conception du texte. C'est pourquoi, pour le scripteur d'écran, écrire, énoncer, éditer, c'est s'employer à faire émerger sa propre écriture à l'intérieur de formes écrites qui, la rendant possible, en prédéterminent la forme », (JEANNERET & SOUCHIER, 2005 : 10-11)

253 Cette indépendance réside dans la séparation des langages de description de contenu (HTML), de visualisation (CSS, ***Cascading Style Sheet***) et de comportement (Javascript). Dans la logique du cadre de description des ressources (RDF), une représentation (visuelle, ou langagière) est autonome de son contenu (les données structurées). Le W3C, et une partie de la communauté des développeurs web, insistent sur le respect des spécifications du W3C. En réalité, en tant que développeur et formateur web, cette injonction n'est pas systématiquement appliquée, ni dans le référentiels scolaires, ni dans les pratiques professionnelles : il y a encore une grande part de bricolages avec ces spécifications, perçues par certains élèves et développeurs comme des contraintes plus que des opportunités. La lecture de ZELDMAN J., ***Design web : utiliser les standards CSS et XHTML***, (2003), 2005, pourra éclairer sur les enjeux économiques (en termes de production ou temps de travail) de l'adoption et du respect de ces standards. L'hylémorphisme du W3C se voit ainsi désenchanté par le pragmatisme des webdesigners.

254 L'écrivain Georges Pérec, que citent fréquemment les auteurs, était membre de l'Ouvroir de Littérature Potentielle (OuLiPo), cofondé par Claude Berge (contributeur de la théorie des graphes) et Raymond Queneau, grand spécialiste de la combinatoire avec ses ***Exercices de styles*** (1947) ou ses ***Cent mille milliards de poèmes*** (1961). Dans l'ouvrage de référence WARDRIP-FRUIN N., MONTFORT N. (dir.), ***The New Media Reader***, Cambridge/London : MIT Press, 2003, les poèmes d'Oulipo accompagnent des articles de WIENER, MANOVICH, Vannevar BUSH, Jose Luis BORGES. Le CD-ROM d'accompagnement ne contient que des poèmes hypertextuels ou interactifs. Dans un autre registre, l'intellectuel Pierre LÉVY invitait à considérer ***La programmation comme un des beaux-arts***, Paris : La découverte, 1992.

> Aussi peut-on, des langages de programmation à l'architexte en passant par l'écrit d'écran, considérer l'informatique comme une pratique d'écriture à part entière », (JEANNERET & SOUCHIER, 1999 : 103)

Si la matérialité du texte ne change pas (ce sont toujours des caractères, ce sont toujours des octets), les conditions de production bouleversent sa temporalité (1999 : 99) : il est facile de modifier l'apparence, la mise en forme (CSS). Comme nous le verrons avec *WordPress*, l'opération pour changer le design, et donc le registre, l'ambiance, l'univers mental de la page tend à se simplifier. De même, le contenu peut être modifié *ex post* : en HTML, la balise `<del>` permet de signaler les ratures. En HTML5, l'attribut `ContentEditable` permet de modifier un contenu sans faire appel à une authentification et sans convoquer au premier plan l'interface d'édition[255]. Dans les usages, elle n'est pas toujours exploitée. En SQL, l'instruction `UPDATE` permet de mettre à jour un enregistrement avec de nouvelles valeurs. Dans *Facebook*, il est possible de supprimer (mais pas modifier) un statut. Dans *WordPress*, comme dans tout éditeur de texte, il est possible de supprimer, modifier, mais aussi depuis peu de revenir sur les versions précédentes d'un article. Ce jeu avec la temporalité nous interroge évidemment en termes d'identité et de mémoire (nous en verrons les enjeux dans la II^{ème} partie).

2.2, L'espace de production de Facebook

Nous pouvons repérer dans l'espace de production de *Facebook* des moyens servant à produire des statuts (y compris les photos), des traces (à travers les cookies), du lien social (avec les requêtes d'amitié) et des règles d'usage (par les forums d'échange avec les concepteurs).

A, Les statuts

A.1 Le formulaire de saisie

Plusieurs formulaires de saisie parsèment les pages de *Facebook* : celui de l'inscription, de la messagerie instantanée, de la messagerie de courrier. Chacun repose sur la fonction endogène, et invite à « l'expressivisme numérique » (une pratique que nous étudierons dans la section éponyme,

[255] <www.w3.org/TR/2012/CR-html5-20121217/editing.html#contenteditable>

chapitre 4, section 3.2). Le formulaire des statuts est l'un des d'eux, et c'est le plus utilisé sur le site[256]. Pourtant, ce n'est ni le premier à avoir été installé dans le code des pages, ni l'élément le plus visible de ces pages. Alors que ***Facebook*** a été créé début 2004, les statuts apparaissent seulement à partir de la mise à jour du design de septembre 2008[257], et sont rendus possible par un formulaire de saisie supplémentaire `<textarea class= "textMetrics">`, avec pour invite l'injonction suivante : « Exprimez-vous »[258]. À celle-ci se sont rajoutées plus tard deux autres zones de saisie `<input>` portant les questions « Où êtes-vous ? » et « Avec qui êtes-vous ? »[259]. Tandis que la première permet de resituer, ou recontextualiser localement (***via*** des coordonnées GPS), l'acte d'énonciation et la relation sociale dans laquelle il se situe, la deuxième question permet de tracer un graphe orienté vers un autre membre du site. Ces deux informations pourraient potentiellement fournir à l'actant des recommandations sociales ou marchandes (ce que les amis aiment, les lieux à visiter/où consommer). Techniquement, la première information détermine l'affichage des publicités (relation et recommandation sociale) ; la seconde permet de pondérer l'affichage des statuts des amis sur le Mur. L'algorithme calculant ce qui sera affiché sur le mur des autres s'appelle l'***EdgeRank*** (en référence aux arêtes d'un graphe). L'équation repose sur trois critères distincts :

- l'affinité est basée sur le nombre d'interactions entre deux membres (commentaires, mentions, bouton « J'aime », invitation à des jeux, etc. sont autant d'arêtes). Cette affinité est orientée de manière unilatérale : elle concerne les interactions de A à destination de B, et n'impacte pas l'affinité de B à l'égard de A : ainsi, les sollicitations et réactions de B aux contenus de A ne pèseront pas sur le contenu du Mur de A même si elles sont supérieures aux sollicitations et réactions de A aux contenus de B ;
- le poids des publications est distribué selon les contenus produits (photos et vidéos, liens, statuts, commentaires, « J'aime », autant d'arêtes). Si ***Facebook*** ne communique pas sur le coefficient de ces contenus (leur valence), il semble cependant qu'il respecte l'ordre indiqué entre parenthèses : autrement dit, le texte semble moins

256 Source J. Parikh : il y a 500 Teraoctets de données fournies chaque jour en mode endogène.
257 Pour voir l'évolution du design de la page ***Facebook***, et l'insertion des nouvelles fonctionnalités, voir <www.facebook.com/media/set/?set=a.73389566728.87231.20531316728>. Voir également annexe 11
258 Sur Twitter, la question d'origine était "***What are you doing ?***" Elle tendra à se dépersonnaliser en devenant d'abord "***What's happening ?"*** puis "***Compose new Tweet…***"
259 Il existe aussi depuis peu la possibilité de typer un événement dans le formulaire de statut : de nouveaux prédicats apparaissent comme un déménagement, un changement d'employeur, une naissance à venir, etc.

important que l'image dans l'équilibre des contenus selon *Facebook*. Nous ne sommes pas en mesure d'expliquer pourquoi les développeurs (ou Mark Zuckerberg) ont ainsi basé leurs calculs : nous subodorons cependant que quand cette distribution sera intégrée par les particuliers (les professionnels du marketing ont promptement modifié leurs tactiques), les productions éditoriales pourraient s'orienter moins vers une formation intersubjective des opinions (ce que nous verrons dans la III^{ème} partie) que vers une théâtralisation de soi (ce que nous verrons dans la II^{ème} partie)[260]. De plus, l'équation détermine l'affichage en réception sur le type de contenus en production. Si A émet majoritairement des scores de jeu, c'est le type de contenus qu'il verra sur son Mur ;

- la fraicheur des publications est le dernier élément de poids dans le calcul de l'affichage : seules les productions les plus récentes sont affichées (la valence diminue avec l'ancienneté), reproduisant ainsi le rythme journalistique. La dernière mise à jour dans la mise en page des profils *Facebook*, le *Timeline*, est d'ailleurs traduite en français par le « Journal ». Comme le signale G. GOMEZ-MEIJA dans sa thèse en SIC (évoquée en introduction sur les notions-écrans), les réseaux socionumériques reproduisent « les matrices culturelles de la temporalité médiatique » : tout ce qui se vit ici et maintenant s'inscrit *hic et nunc*, (GOMEZ-MEIJA, 2011 : 409).

La divulgation de cette équation a entrainé de nombreuses publications en ligne, proposant, sur la base du décryptage, les stratégies à mettre en place en termes de marketing (animation de communauté des pages dédiées aux marques)[261]. Si ces propositions intéressent en priorité les

[260] Contre toute attente, et au moment de la rédaction de ce passage, *Facebook* a décidé de modifier la pondération de son algorithme. Appliqué en catimini le 20 septembre 2012, les expériences de retroingénierie sur ses effets n'ont été publiées qu'à partir de novembre : les conclusions statistiques sont indubitables, la pondération bascule cette fois au profit des messages textuels. Par contre, les analystes se perdent en conjecture pour connaitre les motivations de cette bascule : inciter les entreprises à s'engager plus dans le programme de valorisation des contenus (*Sponsoring Posts*) ou offrir un retour d'expérience utilisateur plus riche permettant aux éditeurs de mettre en ligne des contenus adéquats. Cette dernière hypothèse montrerait la volonté de centrer le réseau socionumérique sur les individus et non les marques. En effet, l'une des fonctionnalités essentielles des contenus est la possibilité de les cacher (ponctuellement ou généralement : soit l'abonné demande à ne pas voir un contenu en particulier, soit aucun tout en préservant son lien d'abonnement à l'éditeur : ami ou marque). En cachant un contenu, *Facebook* se situait exclusivement dans une dynamique négative. Dorénavant, et conjointement au changement d'algorithme, *Facebook* a contrebalancé ce choix en rajoutant des options d'abonnement (dynamique positive). Source : Mike Maghsoudi, ingénieur marketing dans l'agence *GetPostRocket*, <blog.getpostrocket.com/2012/11/the-numbers-dont-lie-text-only-posts-outperforming-photos-for-facebook-pages>

[261] Entre autres : <econsultancy.com/fr/blog/7885-the-ultimate-guide-to-the-Facebook-edgerank-algorithm>, <www.emarketinglicious.fr/marketing-reseaux-sociaux/la-relation-edgerank-statuts-Facebook-en-une-image>,

entreprises, nous ne savons pas – encore – si elles animent les individus, et s'ils font preuve de stratégies identiques. Quoi qu'il en soit, l'espace de production conduit indirectement à l'espace de réception, ce dernier étant loin d'être le reflet du premier : l'opérateur de ces espaces décide seul du transfert des contenus d'un espace à l'autre. Dès lors, l'intentionnalité de l'énonciateur lui échappe.

A.2 Le bouton « J'aime » et les verbes d'action

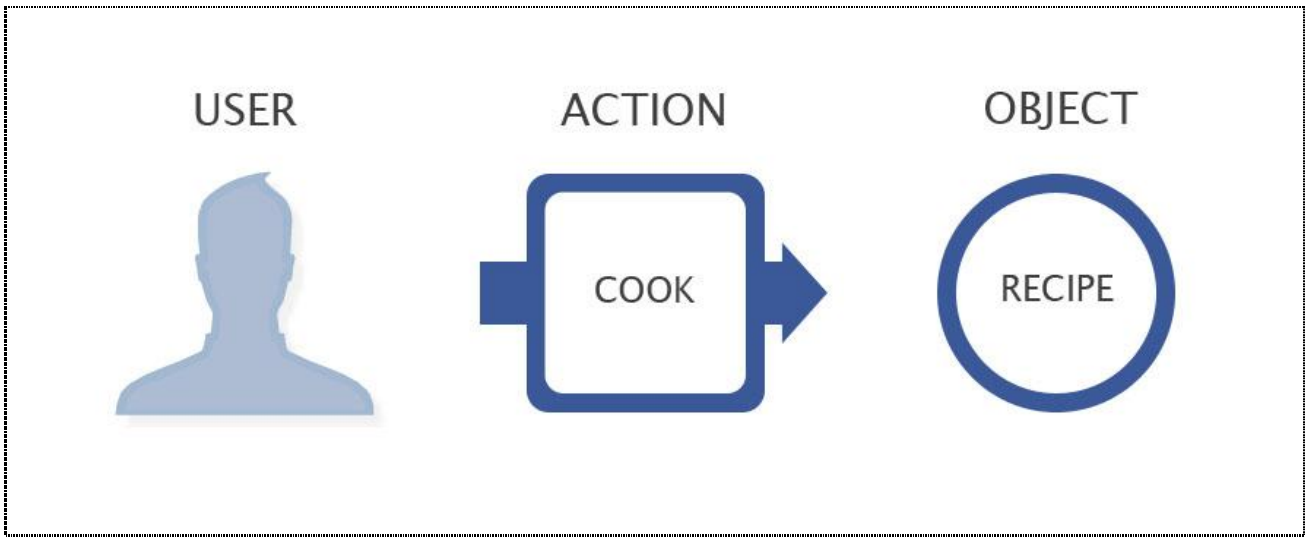
Le bouton « J'aime » permet d'approuver un contenu publié sur ***Facebook*** : quand A produit un message, ses amis peuvent le commenter, ou simplement en signaler leur approbation par un clic sur le bouton « J'aime »[262]. Ce bouton appartient à un dispositif à l'intérieur de ***Facebook*** nommé « ***Action Type*** » par lequel les concepteurs du site, ou d'une application-tierce, offrent des possibilités d'interaction avec les membres de ***Facebook***. Alors que le bouton « J'aime » ne signale qu'un seul type d'interaction entre A et B, « ***Action Type*** » permettra aux développeurs de remplacer le verbe Aimer par d'autres verbes d'action : la forme sujet prédicat objet s'enrichit donc d'une – brève – ontologie[263]. Pour l'heure, le bouton « J'aime » semble circonscrit aux seuls productions éditoriales individuelles, et être le modèle par défaut des pages et applications, mais il tend à être remplacé par le système "***Action Type***"[264]. Lors de la conférence des développeurs, f8 (septembre 2011), il avait été annoncé un système nommé "***Add Verb***", où l'ontologie était laissée à la discrétion des développeurs – et de leurs responsables marketing.

<www.marketingonthebeach.com/edgerank-Facebook-comment-fonctionne-t-il>,
<up2social.com/infographies/infographie-edgerank-Facebook>

262 Source J. Parikh : il y aurait chaque jour 2,7 milliards de clics sur le bouton « J'aime ».

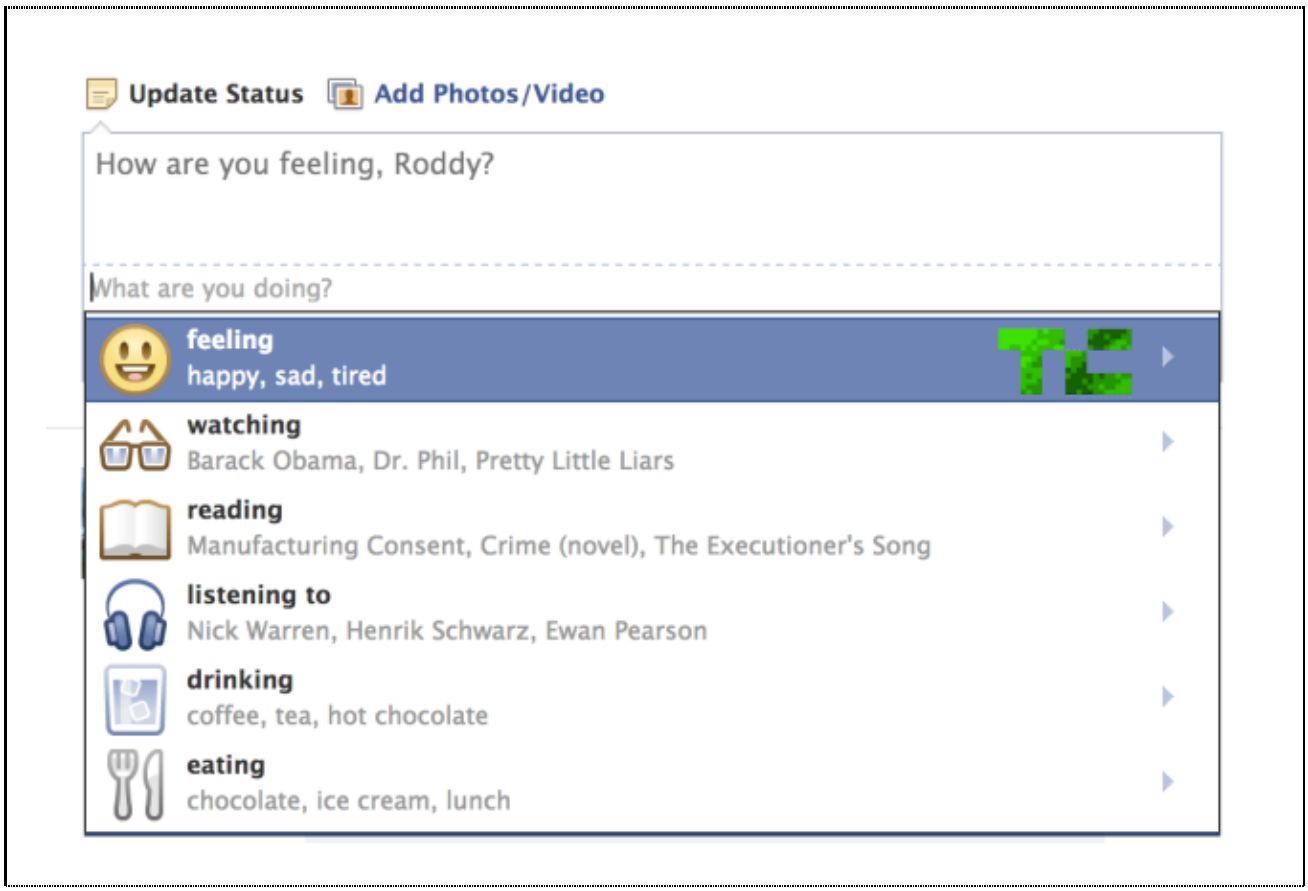
263 <developers.Facebook.com/docs/opengraph/actions/builtin/like>

264



Ill. n° 2 : illustration du système 'Action Type' dans la documentation Facebook

Le projet semble avoir été minoré au profit des "*Action Type*". Ce système est entré en vigueur le 1er février 2013 (aux États-Unis) avec les possibilités suivantes :



Ill. n° 3 : Les différents verbes du système' Action Type' de Facebook

Pour en revenir au bouton « J'aime », celui-ci est exportable (comme le seront les "*Action Type*"), en dehors du domaine de *Facebook* : n'importe quelle page web peut contenir le code nécessaire par lequel un internaute peut signaler l'approbation du contenu qu'il consulte, ou l'action qu'il réalise avec ce contenu (« A lit un livre »). Nous verrons avec les cookies quels problèmes cela pose.

A.3 L'automatisation des métadonnées sur les images

La fonction d'identification automatique permet d'ajouter aux fichiers images téléchargés sur *Facebook* le compte d'un membre apparaissant sur la photographie. Techniquement, l'`uid` d'un membre est ajouté comme métadonnée du fichier. Dans le jargon, on parle de « taguer » la photo. Cette identification est le fait d'abord d'un algorithme de reconnaissance faciale[265], avant d'être confiée à une identification humaine, par celui qui télécharge la photo. Celui-ci peut régler dans ces paramètres s'il veut utiliser la fonctionnalité ; de même qu'un membre peut demander à ce que cette fonctionnalité ne s'applique pas à lui, *ex ante* dans les réglages de confidentialité, *ex post* par notification de l'identification. Il est tout à fait possible d'ajouter à une image quelqu'un qui n'est pas présent, ni sur l'image, ni sur *Facebook*, de même qu'il est possible d'associer le nom d'une personne à une photo d'objet (violation des contraintes d'intégrité et de domaine).

B, La production du lien social sur Facebook

Les développeurs de *Facebook* ont construit un langage dérivé de SQL : le FQL (*Facebook Query Language*)[266] par lequel il est possible d'interroger les données. Ainsi, la relation d'amitié est le résultat de la requête suivante :

```
SELECT uid2 FROM friend WHERE uid1 = me()
```
[267]

265 L'automatisation de la procédure est vantée comme plus facile par *Facebook* : <blog.facebook.com/blog.php?post=467145887130>. Il est probable également que le temps de calcul requis pour un jeu de photos allège le temps d'affichage des pages une à une (100 millions de tags sont ajoutés chaque jour, chiffres 2011). Selon des informations confiées à *CNet* par Jay Parikh, vice-président ingénierie infrastructure chez *Facebook*, il y aurait 300 millions de photos téléchargées chaque jour, <news.cnet.com/8301-1023_3-57498531-93/facebook-processes-more-than-500-tb-of-data-daily>. L'algorithme d'identification sera certainement amélioré avec le rachat en juin 2012 d'une jeune entreprise spécialisée dans la reconnaissance faciale : *Face.com*, *via* <face.com/blog/facebook-acquires-face-com>

266 <developers.Facebook.com/docs/reference/fql>. On trouvera à cette adresse la liste des tables (ou relations) utilisées par *Facebook*, et en cliquant sur les liens proposés, on accèdera aux attributs des relations (58 attributs dans la table `'User'`).

267 `uid2` (*user identification*) est la clé primaire de la table `FRIEND`. La réponse obtenue est représentée en langage XML

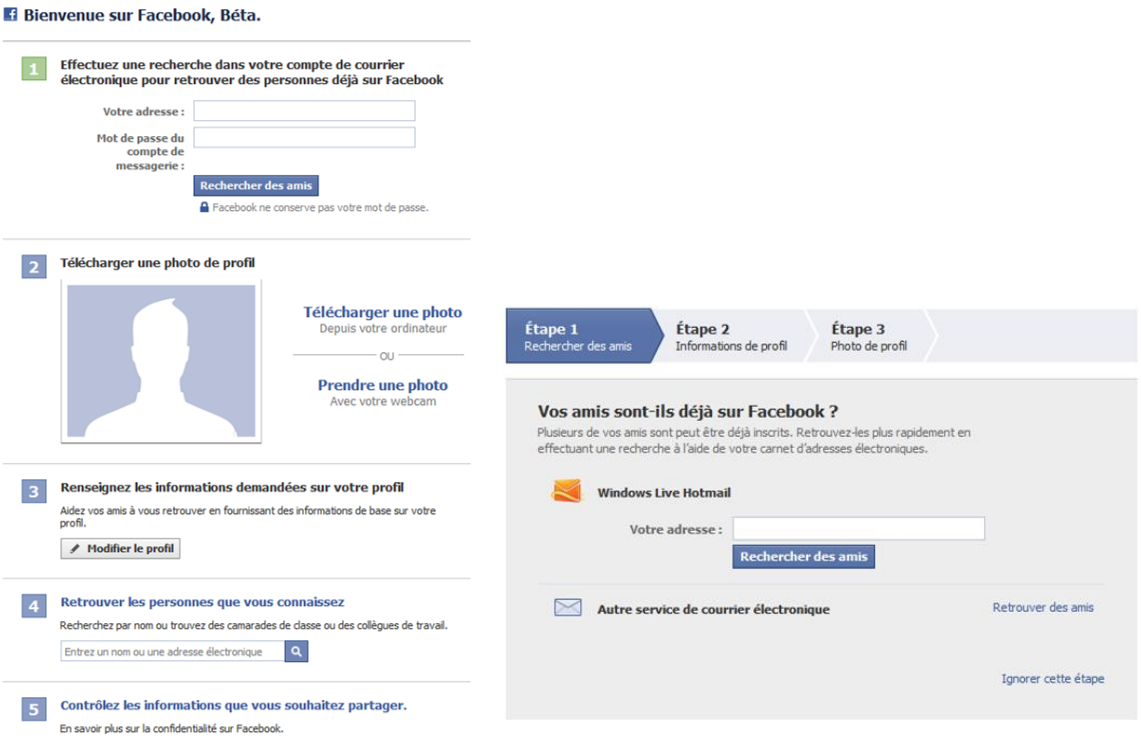
À partir de cette première requête, il est possible d'en établir une seconde pour croiser les amis communs, et en creux identifier les membres à présenter (Ill. n° 4 : Proposition de mise en relation sur Facebook). Pour compléter un graphe social, *Facebook* dispose de deux autres possibilités : la première est mise en avant dès l'inscription, la seconde est cachée dans le code informatique.

- Lors de l'inscription, la 1ère étape consiste à demander au nouveau membre l'autorisation de consulter ses carnets d'adresse pour voir s'il y aurait déjà parmi ses contacts des personnes inscrites au site (Ill. n° 5 : Étape d'inscription avec lecture du carnet d'adresses). *Facebook* propose ainsi de parcourir les carnets d'adresse de *Microsoft Outlook* et *Hotmail*, *Yahoo! Mail*, etc. En raison d'un désaccord sur la réciprocité de la procédure (peu de temps après la création du réseau social *Google* +), il n'est pas possible d'importer ou exporter les contacts entre *Facebook*.et *Google*[268]. La consultation des contacts des nouveaux membres permet aussi à *Facebook* d'engranger les adresses électroniques d'individus non encore inscrits. Il lui est possible alors d'envoyer des messages d'invitation à ces personnes. Par la suite, le membre du site pourra décider de classer ces amis dans des listes, puis choisir de manière singulière, pour chaque contenu publié, la diffusion auprès de telle ou telle liste.
- La consultation de *Facebook* sur un ordinateur entraine l'écriture d'un cookie ; si l'ordinateur n'est celui du membre, l'autre utilisateur se verra également proposer un message d'invitation par croisement des cookies.

L'un de ces mécanismes explique par exemple qu'une personne non inscrite à *Facebook*, mais dont l'ordinateur a servi à se connecter au site, reçoive un message d'invitation dans lequel elle peut reconnaitre certains de ses proches. En combinant les prédicats et les traces, *Facebook* a inféré du lien social.

[268] CdB, 20/11/2010 : <techcrunch.com/2010/11/20/facebook-google-2>

Ill. n° 4 : Proposition de mise en relation sur Facebook



Ill. n° 5 : Étape d'inscription avec lecture du carnet d'adresses

C, Les cookies d'Heidi et les transferts de données

En informatique, et plus particulièrement en ligne, il existe de nombreux outils de capture des comportements de navigation des utilisateurs. Les cookies en sont les principaux : il s'agit d'un fichier texte déposé par le serveur du site web sur le client de navigation (le logiciel utilisé pour afficher les ressources numériques sur un terminal : *InternetExplorer*, *Firefox*, *Chrome*, *Opera*, etc.)[269].

Nous avons mené l'expérience de naviguer avec une machine vierge, et d'étudier les cookies consécutifs à cette navigation[270]. Nous avons créé un faux profil au nom d'Heidi Num[271], et jouer avec les paramètres de confidentialité et les publicités. Puis nous avons compté les cookies, et regarder l'information qu'ils portaient. Voici le cookie d'identification d'Heidi sur *Facebook*[272] :

`Domaine`	`.facebook.com`
`Nom`	`c_user`
`Contenu`	`100001982354948`
`HTTP Only`	`TRUE`
`Path`	`/`
`Date d'expiration`	`1298987168` (en temps Unix, autrement dit 22/06/2011 : cookie créé le 23/04/2011, soit 60 jours avant)

Tableau n° 6 : cookie c_user déposé par Facebook

Dans ce tableau, la valeur de `Contenu` est l'identifiant unique des membres-utilisateurs dans la BDD de *Facebook*. On voit que l'information contenue dans ce fichier est minime, mais corrélée aux autres cookies du domaine[273], il est possible de savoir quand Heidi s'est connectée et quelle a été la durée de cette connexion (cookie de session, à la fin de la laquelle est écrite une nouvelle date

269 Sans rentrer dans la description technique de chacun d'entre eux, il existe aussi des cookies dans les animations *Flash*, dans des pixels transparents, des cookies qui se répliquent avant d'être effacés. Le W3C a aussi validé de nouveaux mécanismes dans HTML5 (stockage local). *Facebook* en utilise certain d'entre eux : <www.facebook.com/help/cookies>. Les en-têtes HTTP déterminant les échanges entre client et serveur sont aussi un moyen de collecter des données statistiques précises : voir chapitre 8, section 3.1, à propos du mécanisme Do Not Track.

270 Expérience réalisée à partir du 17/01/2011 en créant un nouveau profil utilisateur sur *Windows Vista* et *Firefox 4.0*.

271 Heidi Numsberger est un « personnage » que nous avons créé pour les besoins de cette thèse : c'est une jeune femme originaire de Strasbourg, ayant fait ses études dans la communication et le marketing, célibataire et cherchant à s'installer dans une autre ville pour démarrer une nouvelle vie, un prétexte pour solliciter de nouvelles relations amicales sans éveiller de soupçon. Elle a pour pseudo heidinum, (idnum).

272 L'hôte désigne le domaine qui a écrit, et de facto qui a le droit exclusif de lire le cookie. Des sites web sur d'autres domaines n'y ont pas accès. `c_user` est le nom du cookie (nous avons trouvé jusqu'à 13 cookies différents provenant de *Facebook*). Le numéro `100001982354948` correspond à l'identifiant unique d'Heidi. La date d'expiration désigne quand ce fichier ne sera plus autorisé à la lecture (en général, *Facebook* accorde soit 1 mois, soit 2 ans à ses cookies ; nous en avons trouvé d'autres domaines qui expiraient en 2078).

273 Les mécanismes du cookie sont régis par une convention en vigueur depuis le milieu des années 90, la *Same Origin Policy*, qui empêche un site web extérieur au domaine (ici : `.facebook.com`) de lire le cookie enregistré. <www.w3.org/Security/wiki/Same_Origin_Policy>

d'expiration du cookie d'identification). Cet objet documentaire *a priori* simple peut être embarqué (encapsulé) sur un autre domaine (cookie tierce partie). Ainsi, soit le cookie de *Facebook* peut se retrouver encapsulé sur d'autres sites (*via* le bouton J'aime[274]), soit le domaine de *Facebook* peut placer des cookies d'applications-tierces (publicités, jeux, quizz, affichés sur la page d'un utilisateur de *Facebook*).

D'autre part, les cookies tiers sont des fichiers déposés dans un domaine par un serveur situé sur un autre serveur : des aménagements permettent en effet d'encapsuler dans un conteneur affiché sur une page web des contenus générés par un autre serveur (*via* des balises comme `<iframe>`, `<object>`, `<embed>`). En ouvrant un espace d'affichage dans ses pages *via* les applications et les partenariats commerciaux, le domaine `Facebook` héberge des cookies provenant de tiers. De même, en externalisant le bouton « J'aime » dans d'autres sites web, *Facebook* dépose des cookies chez des tiers. Enfin, quand le site A héberge une vidéo provenant du site *YouTube*, ce dernier place un cookie chez les visiteurs du site.

En conséquence, il est possible de se retrouver sur un autre site où le profil de l'internaute serait déjà alimenté par des données saisies et collectées sur *Facebook* : la photo du profil par exemple. Ici, les cookies ne sont pas en mesure d'opérer un tel transfert, ce dernier est opéré par des interfaces de programmation (API). Le protocole *Open Graph* permet d'exporter les données personnelles (sérialisées en RDFa) en dehors du domaine de *Facebook*. Si les données restent chez *Facebook*, le moyen de les extraire, ce qu'on appelle une API (*Application Programming Interface*), est fourni aux développeurs extérieurs[275]. Toutefois, ce protocole est défini exclusivement par *Facebook*, qui se réserve le droit de le modifier[276]. Entre autres exemples, il est possible de se créer un compte auprès de nombreux services web à partir de son profil *Facebook* : ce dernier, après avoir été autorisé par le titulaire, transmet un jeton de certification au service web qui peut alors récupérer chez *Facebook* une certaine quantité de données et s'en servir pour construire le profil. *Spotify*, un logiciel et service en ligne d'écoute musicale, partenaire de *Facebook*, propose à ses membres d'associer leur profil à celui de *Facebook* : les nouveaux venus peuvent même se créer un compte *Spotify* à partir de *Facebook*. (Ill. n° 6)Au moment des expérimentations sur le profil

274 Pour une explication du mécanisme de traçabilité induit par le bouton « J'aime » de *Facebook*, lire <online.wsj.com/article/SB10001424052748704281504576329441432995616.html?mod=WSJ_Tech_LEFTTopNews>

275 <developers.facebook.com/docs/reference/api>

276 Ainsi, quelques temps après le rachat de *Face.com*, l'export des résultats *via* l'API de *Face* a été retiré : *Facebook* préférant rentabiliser son investissement plutôt qu'en offrir les bénéfices techniques à la communauté des développeurs d'applications-tierces.

d'Heidi, nous avions utilisé ce mécanisme, alors nommé *Facebook Connect*, pour s'inscrire sur le site de voyage *TripAdvisor*[277]. *Twitter* et *Google* proposent des transactions similaires.

Ill. n° 6 : Formulaire d'inscription chez Spotify préalimenté par Facebook

Facebook produit quatorze cookies[278]. Or il s'avère, même en consacrant toute une session de navigation à la consultation de publicités et à l'usage d'applications tierces, et après avoir générés

[277] Il s'agit d'un service proposé aux membres de *Facebook* pour s'authentifier sur d'autres sites web. C'est avec *Facebook Connect* qu'Heidi s'est créée un compte sur *TripAdvisor*, ce dernier associant à son profil la photo présente sur *Facebook*. Heidi a aussi utilisé ce service pour s'authentifier sur *Twitter*. C'est uniquement dans les cookies de ces deux sites que nous avons retrouvé trace de l'identifiant unique. Voir section 3.1, Architecture et pratiques de gestion des identités

[278] `datr` : identification du client de navigation (n'est pas accessible par des tiers) ; `reg_fb_gate`, `reg_fb_ref` et `reg_ext_ref` sont des cookies créés à l'arrivée et au départ de nouveaux inscrits : ils permettent de suivre l'origine et l'accomplissement du processus d'inscription des nouveaux arrivants (ils ne durent que le temps de la session, jusqu'à fermeture du navigateur) ; `wd` : dimensions de la fenêtre active du navigateur (nécessaire pour paramétrer l'affichage des zones de textes et d'images de la page web ; cookie de session non accessible ni pertinent pour des tiers) ; `c_user` : numéro unique du titulaire du compte (conservation relative au choix du titulaire : cookie de session si la case « garder ma session active » n'est pas cochée, 30 jours sinon) ; `lu` : détermine l'affichage de la page de connexion, et le comportement de la case « garder ma session active » (permet de déterminer le nombre d'utilisateurs de Facebook sur le même navigateur, et ce pendant 2 ans) ; `sct` : cookie de session permettant de ne pas générer deux instances dans deux onglets du navigateur, par exemple (durée de conservation relative à la case « garder ma session active ») ; `xs` : cookie d'encodage et de canalisation dans le transfert des données (notamment pour le protocole sécurisé https) ; `lsd` : cookie utilisé dans le cadre de la prévention de certains types d'attaques logicielles ; `x-referer` : cookie de capture de l'URL précédant l'affichage d'une page *Facebook* (utilisé pour optimiser le chargement de la page) ; `presence` et `p` sont des cookies dédiés aux sessions de messagerie instantanée ; locale est un cookie déterminant la langue employée par le système d'exploitation du navigateur (et déterminant la traduction de l'interface de *Facebook*). Les informations qui précèdent proviennent de l'audit réalisé par la commission irlandaise dans l'affaire Europe *versus Facebook* (21/12/2011 ; voir la section 2.1, consacrée au « cadre légal de la vie privée » point D.2, chapitre 8). Le document de référence, accessible depuis la page d'explication de

plus de 500 cookies en 30 minutes de présence sur *Facebook*[279], que l'identifiant unique d'Heidi ne s'est retrouvé nulle part ailleurs ; il s'avère que les données d'Heidi se sont retrouvées sur d'autres sites uniquement par consentement (*Facebook Connect*)[280] ; enfin, il s'avère qu'aucune autre donnée d'Heidi n'a été repérée ailleurs, y compris au niveau du spam (à ce jour, Heidi n'a reçu aucun message publicitaire non sollicité), y compris en saisissant le nom d'Heidi dans les moteurs de recherche de personne. Cela signifie d'une part que *Facebook* conserve les identifiants uniques sur ses serveurs, ne faisant parvenir aux tiers que les dépendances (photo, nom, graphe social), d'autre part que les tiers convertissent l'identifiant unique de *Facebook* dans leur propre espace de noms (ces deux options étant compatibles). Cela signifie également que l'identifiant unique est au cœur de toute cette informatique : il est la clé des données personnelles, à la fois le discriminant dans les grands ensembles d'entités et l'attribut qui donne accès à tous ceux composant l'entité (dépendance fonctionnelle). Enjeu ontologique puisque disposé à identifier les individus, réceptacle de leur singularité, il contient autant d'enjeux économiques quand cette singularité s'apprécie en termes de niches et de marchés. Enfin, cela signifie surtout que Facebook se suffit à lui-même pour alimenter en données comportementales ses clients annonceurs et que le réseau social (le graphe géant de facebook) ainsi constitué assure une position hégémonique en aval de la chaine éditoriale (une stratégie que nous présenterons plus en détail dans le chapitre 3, section 2, portant sur le rôle des données personnelles dans l'économie de la réputation).

D, La gouvernance des données personnelles

Le site a été créé par Mark Zuckerberg pendant l'hiver 2003-2004 (date officielle : 04/02/2004)[281]. Co-développé avec Dustin Moskowitz, et soutenu par Eduardo Saverin et Chris Hughes, *Facebook* connait un succès tel qu'il attire rapidement l'intérêt d'investisseurs financiers : d'abord d'autres entrepreneurs du web, Reid Hoffman (fondateur de *LinkedIn*), Peter Thiel (fondateur de *Paypal*), Sean Parker (*Napster*), Mark Pincus (*Zynga*) ; puis des agences de capital-

Facebook consacrée aux cookies (voir note 269), est l'annexe du rapport d'audit, section 6.5, pages 176 et suivantes, <dataprotection.ie/documents/facebook%20report/final%20report/Appendices.pdf>

279 La liste des cookies et le carnet de bord d'Heidi se trouve en annexe 12.

280 Seul le cookie créé par *Twitter* pour propulser les tweets sur *Facebook* reprend intégralement l'`uid` de Heidi. Voir l'expérience du 30/01/2011, et le tableau d'analyse des cookies en fin de session, page 753 (le résultat est surligné en jaune).

281 La paternité de *Facebook* est cependant remise en cause : lire *The Accidental Billionnaires*, de Ben Mezrich (sorti en 2009) et regarder l'adaptation cinématographique The Social Network, de David Fincher (sortie en 2010). Mark Zuckerberg se serait approprié l'idée d'un réseau socionumérique proposée par les frères Winckleswoss et aurait développé en secret son propre logiciel. La procédure judiciaire a abouti à un règlement à l'amiable (60 millions de dollars) au profit des deux frères et de leur partenaire Divya Narendra.

risque (*Accel Partners*, *Greylock*), des grandes entreprises (*Microsoft*), des banques et gestionnaires d'actifs (*Goldman-Sachs*), des personnalités (Bono, chanteur d'*U2*). Au final, 30% du capital est détenu par les salariés de l'entreprise, M. Zuckerberg dispose à lui seul de la majorité avec 24% du capital, suivi de l'investisseur russe *Digital Sky Technologies* (10%). Les autres co-fondateurs ont autour de 6%[282]. L'entreprise est entrée en bourse le 18/05/2012 pour une valorisation à 104 milliards de dollars. Introduite à $38, l'action est en baisse et n'est toujours pas revenue à au-dessus de sa valeur d'origine[283].

Si M. Zuckerberg dispose de la majorité des parts et est le président du directoire et le CEO (*Chief Executive Officer*, le directeur général de l'exécutif), il n'est pas facile de savoir quel rôle il joue aujourd'hui dans l'évolution technologique du site, et qui sont nommément les instigateurs des innovations technologiques[284]. De même, il n'est pas possible de savoir de quel poids bénéficient les partenaires financiers dans les décisions relatives à l'architecture informationnelle et au design de *Facebook*.

Toutefois, suite à de nombreuses mises à jour dans l'apparence, les fonctionnalités, les conditions d'utilisation du site, *Facebook* a mis en place un espace de discussion dédié aux utilisateurs : *Facebook Site Governance*[285]. En fait, il s'agit principalement d'un système de vote pour approuver ou désapprouver les mises à jour. Le taux de participation est en général très faible, ce qui légitime l'argument que, le quorum n'étant pas atteint, l'expression des votes est irrecevable[286]. Le 21 novembre 2012, dans un courriel envoyé à tous ses membres et une annonce publiée sur la page dédiée[287], *Facebook* décide d'abandonner ce mécanisme, estimant que, « les votes générés par un nombre défini de commentaires avaient créé un système qui faisait primer la quantité des

282 Source : la base de données du journal *TechCrunch*, <www.crunchbase.com/company/facebook>

283 <www.nasdaq.com/symbol/fb/stock-chart>

284 Seul le nom de l'artiste infographiste Nicolas Felton est mentionné comme inspirateur de la refonte du site et de la *Timeline*. Nous en reparlerons à propos de la capture et de la quantification de soi, voir note 431.

285 Lire <www.facebook.com/note.php?note_id=10151812807970301> à propos de <www.facebook.com/fbsitegovernance>

286 Vote du 9 juin 2012 : « Un cabinet indépendant a vérifié les résultats et a confirmé que environ 297,883 personnes ont recommandé que nous conservions les versions existantes de notre déclaration des droits et responsabilités et de notre politique d'utilisation des données. Malgré nos efforts pour encourager les utilisateurs à voter, seules 342,632 personnes ont participé, une fraction des 900 millions d'utilisateurs. Comme nous l'indiquons dans les deux documents (et comme mentionné au cours de ce processus), avec une participation inférieure à 30 %, le résultat du vote ne fournit qu'une simple orientation. Facebook va donc adopter aujourd'hui les nouvelles versions de notre déclaration des droits et responsabilités et de notre politique d'utilisation des données », malgré les 86% de votants qui se sont exprimés contre, source : <www.facebook.com/notes/facebook-site-governance/r ésultats-du-vote-sur-les-documents-r égissant-le-site-facebook/10151840198600301>

287 <www.facebook.com/notes/facebook-site-governance/suggestions-de-modification-des-documents-r%C3%A9gissant-le-site/10152296515250301>

commentaires sur leur qualité. Afin de faire en sorte que nous continuions à recevoir un feedback pertinent de votre part, nous pensons qu'il serait préférable de supprimer le vote du processus ». Celui-ci sera remplacé par un autre dispositif, censé être plus à l'écoute des commentateurs. De plus, il est prévu un accès simplifié au CPO de l'entreprise (Ch*ief Privacy Officer*). Cette modification fait suite à la mise à jour de la directive 95/46/CE, dans laquelle chaque organisation doit héberger un Correspond Informatique et Libertés, interlocuteur internet et externe sur toutes les questions afférentes aux processus de traitement des données personnelles (nous développerons le cadre général de cette mise à jour et les enjeux qu'elle induit dans la dernière partie de ce mémoire, chapitre 8, section 2.1, le cadre légal de la vie privée).

2.3, Les autres espaces de production

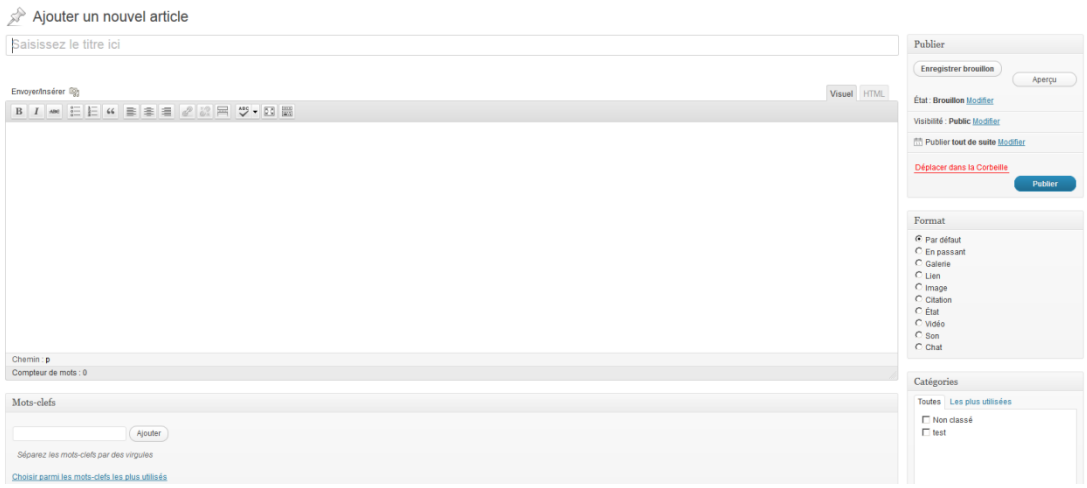
Si *Facebook* – à l'été 2012 – domine largement les réseaux socionumériques, il est d'autres espaces de production des données personnelles qu'il nous semble opportun de présenter : d'une part afin de ne pas constituer une monographie de *Facebook* (d'autant plus risquée qu'il est sain de relativiser ce succès à moyen terme : *MySpace*, réputé indétrônable à l'entour de 2005, tente de survivre à l'ombre de *Facebook*, c'est là une position que le site n°1 pourrait bien occuper bientôt, même si pour l'heure aucun concurrent sérieux ne s'est présenté) ; d'autre part, parce qu'il nous faut associer deux autres types d'espaces de production : dans le registre endogène, un outil de blogging dont le code serait accessible au titulaire (a, *WordPress*), dans le registre exogène, un centre de supervision urbaine (b) combinant à la fois la réception (moniteur de vidéosurveillance) et la production (décision d'intervention, d'interrogation ou d'incarcération).

A, L'outil de blogging WordPress

WordPress est une bibliothèque d'instructions écrite en PHP et servant de logiciel de gestion de contenu (*Content Management System*, CMS) : toutes les informations sont stockées dans une base écrite en SQL. Créé en 2003 par Matthew Mullenweg (un peu avant *Facebook*), *WordPress* est un logiciel sous licence libre (GNU GPL), en évolution permanente (en robustesse, sécurité et intégration des dernières spécifications de langages), disposant de nombreuses fonctionnalités d'édition et d'administration, et d'un système de greffons visuels et applicatifs (thèmes et plugins)

développés par une communauté internationale de bénévoles. Tous ces atouts font que *WordPress* est plébiscité chez les développeurs de sites web[288], et intégré dans les formations professionnelles (dont universitaires). À la fois simple d'accès, l'éditeur ressemble à n'importe quel logiciel de traitement de texte (Ill. n° 7), deux clics suffisent pour changer radicalement d'apparence l'intégralité du site, et complexe quand il est nécessaire de définir de manière singulière une apparence ou une fonctionnalité propre au site, *WordPress* est capable de mettre en ligne des sites marchands, institutionnels, documentaires, interactifs, et des blogs personnels, sa vocation première.

Face au succès, M. Mullenweg a créé une entreprise facturant des prestations spécifiques, et a mis en ligne une plateforme d'hébergement[289].



Ill. n° 7 : éditeur de contenu de WordPress

Dans son éditeur, plusieurs zones de formulaire permettent de saisir un texte, un contenu, un résumé, des mots-clés[290]. Le contenu sera ensuite publié à une date (déterminée ou instantanée) et

288 <wordpress.org/showcase>. *WordPress* a été téléchargé plus de 60 millions de fois, il y a plus de 1500 thèmes sur le site officiel, 20.000 greffons, à peu près autant d'entrées dans la documentation, et plusieurs dizaines de millions de messages dans le forum d'assistance.

289 Pour le logiciel WordPress : <wordpress.org>, pour la documentation <codex.wordpress.org>, pour la plateforme commerciale d'hébergement gratuit ou facturé <wordpress.com>, pour l'entreprise <automattic.com>

290 Les mots-clés peuvent être gérés avec l'aide de greffons logiciels, ou avec des bibliothèques extérieures, dans le respect des spécifications. *Open Calais* est une spécification visant à standardiser les métadonnées des mots-clés associés à des contenus. Voir <www.opencalais.com>. Le site *Technorati*, un moteur de recherche spécialisé sur les blogs, propose sa propre spécification (développée par Tantek Çelik), <www.technorati.com>

dans une ou plusieurs catégories (au choix du rédacteur). Chaque de ces `<input>` sera converti en HTML dans des balises déterminées au sein du thème choisi : le titre sera en `<h2>`, le contenu dans un `<div class="content">`, la date dans un `<span class="date">`, etc. Ainsi, les sites propulsés par ***WordPress*** bénéficient dès l'origine d'une lecture optimisée pour les agents logiciels (dont les robots d'indexation des moteurs de recherche) : une telle performance dans le référencement et l'indexation explique le positionnement des sites dans les moteurs de recherche..

Dans les réglages généraux du site, le webmestre peut également décider si le site sera ou non consultable par les moteurs de recherche ; un tel réglage est aussi possible pour chacune des productions.

En dehors de sa plasticité (qui le range dans la catégorie des plastigrammes dont parle Y. JEANNERET, 2009), et son design en mode gigogne (JEANNERET, 2005), l'intérêt de ***WordPress*** que nous voulons signaler ici se situe au niveau de son emploi de la sémantique formelle, et de l'innovation dont la communauté et les développeurs font preuve à l'égard du web sémantique. Matt Mullenweg a contribué à de nombreux groupes de travail sur les métadonnées : XFN et les microformats contribuent ainsi à optimiser l'indexation des contenus produits dans ***WordPress***. La mise en forme par défaut proposée par le logiciel a aussi été améliorée de version en version, ajoutant certes de fonctionnalités de navigation, recherche, archivage, entrée en contact, etc., mais aussi en intégrant à l'intérieur du gabarit PHP un formatage sémantique des contenus, des auteurs, des lieux et dates[291]. Aux métadonnées du thème viennent s'ajouter celles que les greffons logiciels peuvent fournir : microformats, ontologies, schémas de données, RDF viennent ainsi enrichir les contenus[292], façonnant un espace de réception pour les agents-logiciels.

Enfin, les dernières mises à jour ont pris le tournant d'une sémantique formelle répondant au choix des utilisateurs/concepteurs, disposant dorénavant de la liberté de créer leur propre « taxonomie »[293] : dans le jargon de ***WordPress***, il est possible – par défaut – de publier soit des

---

[291] Voir par exemple le code du thème ***TwentyEleven***, <themes.svn.wordpress.org/twentyeleven/1.4>

[292] Parmi d'autres, voir notamment <wordpress.org/extend/plugins/author-hreview> pour utiliser ***WordPress*** comme un CV enrichi, <wordpress.org/extend/plugins/hcard-vcard-generator-wordpress-plugin> pour des cartes de visite, <wordpress.org/extend/plugins/lh-rdf> pour une négociation de contenu en RDF

[293] "***Taxonomy***" est le terme utilise dans le logiciel. Les anglais (***Merriem Webster***, ***Online Etymology Dictionnary***, ***Oxford English Dictionnary***), ainsi que l'Office québécois de la langue française précisent que ***taxonomy*** vient du français « taxonomie ». Le terme « taxonomie » a été inventé par un biologiste, De Candolle, en 1813, sur la base de ***taxis*** et ***nomia*** ; on notera cependant que l'inventeur a modifié la syllabe, et que ce qui aurait dû être « tax-***i***-nomie » est devenue « tax-***o***-nomie » (l'Académie des Sciences en reconnait l'usage prépondérant en biologie, tandis que les linguistes utilisent taxinomie). Les dictionnaires français ne font pas d'exclusion entre les deux termes. D'AOUST M., « Taxinomie ou taxonomie ? Quand l'usage s'en mêle », ***Chroniques de langues***, vol.

articles (mode blog, diffusion anti chronologique, le plus récent en premier, typique du blog) soit des pages (mode statique, diffusion en arborescence, typique des sites institutionnels ou commerciaux). Depuis la version 2.8, et surtout la 3.0, il est possible de créer autre chose que des articles et des pages : des fiches, des recettes, des contacts, des résumés, des notices, etc., c'est ce que WordPress appelle taxonomie, une association entre un contenu et un type[294], ou dit autrement une logique de prédicat invitant le concepteur à faire usage de la poïétique qu'il souhaite.

B, Les centres de supervision urbaine

Le deuxième exemple que nous voulons mettre en avant n'est pas situé en ligne : il s'agit de salles aménagées dans les locaux de la police municipale et dans lesquelles convergent les images capturées par les caméras de vidéosurveillance (CSU, centres de supervision urbaine)[295]. S'il y a endogénéité du titulaire, elle se situe dans l'espace sous surveillance[296]. Néanmoins, nous ne considérons pas l'agir qui se déroule dans ce cadre comme une donnée personnelle : elle le deviendra à partir du moment où l'opérateur de surveillance en aura connaissance, et où son analyse, ou son interprétation, le conduira à traduire des faits et une présence en données personnelles (l'opérateur peut ici être un agent humain ou un agent logiciel). Dans ce dernier cas, des algorithmes de lecture des plaques d'immatriculation (comme dans les radars ou les péages urbains), de reconnaissance de comportement (des flux de véhicules ou des gestes humains), ou de reconnaissance faciale (dans certains sites sécurisés, ou dans des boites de nuit) produisent des données personnelles (alibi, excès de vitesse, délinquance ou crime).

Le déploiement des caméras, des logiciels complémentaires et des infrastructures (CSU) couvre un budget relativement important : le chiffre d'affaires de la vidéosurveillance en France connait une

2, n°4, 2005, p.12, <www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2guides/guides/chroniq/index-eng.html?lettr=indx_autr21&page=373>

294 "*A way to group things together*", <codex.wordpress.org/Taxonomies>

295 Nous n'avons pas été en mesure de pénétrer les espaces de production et réception des CSU. Nous supposons qu'une observation des espaces de production et réception des fichiers de police serait aussi significative : des cas d'exfiltration, de mésinterprétation, de modélisation partisane ont déjà été signalées (chapitre 1).

296 Disposer dans un espace des caméras de surveillance lui reconnait un potentiel criminogène, ainsi qu'aux personnes qui le fréquente. Les choix sécuritaires qui conduisent à ces installations sont aussi des choix politiques ; nous pourrions croire cependant que, de la même manière que les nobles du XVIII^{ème} se plaignirent de la numérotation de leurs maisons, les élites du XXI^{ème} se plaignent des caméras de surveillance : l'opération de novlangue transformant le dispositif en « vidéoprotection » devrait les réconforter. Voir note n°122

croissance à deux chiffres depuis de nombreuses années, les entreprises françaises étant d'ailleurs leader à l'international[297].

En ce qui concerne les agents humains, ils sont également producteurs de données personnelles, et opèrent en identifiant des comportements délinquants et des visages. Sur l'instant, les opérateurs préviennent les forces de police ; ***a posteriori***, ils fournissent les images à la police nationale ou au juge.

Or, selon le sociologue Tanguy LE GOFF, qui travaille depuis longtemps sur les questions de vidéosurveillance, le fonctionnement technique, les contraintes politiques, les aléas climatiques, l'ennui de la quotidienneté et l'attrait du « flag » (flagrant délit) amènent les opérateurs à faire preuve d'interprétation, voire de mésinterprétation dans leur appréciation de ce qu'ils voient sur leurs moniteurs. L'auteur parle ainsi de fabulation (mode fictionnalisant en réception exogène) :

> « Bien sûr, les opérateurs doivent normalement intégrer dans leur travail les directives du service – quand il y en a – et les priorités dictées par l'actualité des événements dans la ville. Mais ce ne sont pas tant ces éléments, qui déterminent la manière dont sont priorisées leurs « cibles », que ***des critères de sélection qu'ils se sont créés*** : critères qui reposent tout autant sur des représentations personnelles, des stéréotypes, des émotions que sur leur supposée connaissance de la délinquance locale (acquise au travers des témoignages et des histoires de leurs collègues policiers) et de ce qu'ils estiment être des comportements suspects ou déviants », (LE GOFF, 2011 ; nous soulignons)

Cette capacité à interpréter s'explique – pour le sociologue – d'une part, en raison de l'origine socioprofessionnelle des opérateurs, des agents municipaux avec peu de formation, peu d'implication, peu de pérennité dans ce type d'emploi et d'autre part, en raison de la coupure radicale entre le CSU et les espaces filmés : visités lors de la prise de fonction, les opérateurs en général ne vivent pas là où ils appliquent leur télésurveillance. Cette scission, avec le terrain et avec les enjeux, expliquerait ainsi la liberté d'interprétation dont font preuve les opérateurs : cette absence de contextualisation conduit à séparer complètement espace de production (là où sont les caméras) et espace de réception (là où sont les moniteurs). En tant qu'opérateurs, leur place dans la

[297] Exprimés en millions d'euros, CA 1993 : 182,9 ; CA 2003 : 427,5 ; CA 2008 : 914,4. Source : ***Atlas 2010 En toute sécurité***, Douai : Technopresse, 2010. ***Thalès*** et ***Schneider*** sont parmi les deux principales entreprises du secteur, aussi bien pour la vidéosurveillance urbaine, de site (entrepôts, hôpitaux) ou de résidence.

chaine judiciaire est ambigüe : s'ils doivent surveiller en continu les moniteurs, cibler les comportements suspicieux, et sécuriser les policiers sur le terrain, ils ne sont pas autorisés à faire de la « relecture d'image », c'est-à-dire fouiller dans les archives pour retrouver une scène de crime ou identifier un suspect. Légalement, seuls les agents de la police nationale sont habilités à le faire. Toutefois, dans la pratique, note T. LE GOFF, ces activités de relecture sont quotidiennes. Hors contexte, l'opérateur agit également hors cadre.

2.4, Comparaison des espaces de médiation des données personnelles

Si tous les trois combinent des agents humains et logiciels dans la production et l'administration des contenus (des données personnelles), plusieurs éléments permettent cependant de les distinguer.

Dispositif	**Facebook**	**WordPress**	**CSU**
Représentativité	Intégration des langages formels Nombre de triplet limité	Intégration des langages formels Possibilité de créer ses propres triplets	Limitée par l'a priori de la disposition des caméras et l'interprétation des opérateurs
Chaine de valeur	M. Zuckerberg, board, actionnaires, développeurs Facebook, développeurs d'applications-tierces, agences webmarketing, stratèges et conseillers, membres du site	Développeurs WordPress & Automattic, créateurs de greffons et thèmes, membres de la communauté, webmasters et utilisateurs finaux	Installeur, opérateur, chef de salle, OPJ, Parquet
Exportabilité	API ouverte mais modifiable seulement par Facebook Les données restent la propriété des titulaires	API ouverte, modifiable par WordPress et les tiers (possibilité de rester sur des versions antérieures)	Pas de besoin d'interopérabilité technique à l'intérieur de la chaine de valeur
Attentes (affichées)	Du côté concepteur : Philanthropique (connecter le monde, partager et s'exprimer) Du côté utilisateur : expressivisme (voir la IIème partie) et information institutionnelle ou commerciale	Du côté concepteur : philanthropique (s'exprimer, créer une communauté, promouvoir les licences libres) Du côté utilisateur : expressivisme et information institutionnelle ou commerciale	Du côté des concepteurs : Sécurité des espaces publics Du côté des utilisateurs : pas d'intention de s'exprimer dans ce dispositif
Enjeux	Économiques et ontologiques	Économiques et ontologiques	Économiques, politiques et ontologiques

Tableau n° 7 : comparaison de trois dispositifs d'énonciation éditoriale

De manière synthétique, la différenciation entre ces dispositifs tient au mouvement du curseur entre l'ouverture et la clôture des espaces de production et de réception :

	Facebook	**WordPress**	**CSU**
Espace de production clos et modélisé *ex ante*	✓		
Espace de production collaborative		✓	
Espace de production par interprétation *ex post*			✓
Espace de réception délimité par le propriétaire	✓		✓
Espace de réception délimité par le titulaire	✓	✓	✓

Tableau n° 8 : les espaces de production et réception des dispositifs d'énonciation éditoriale de données personnelles

Facebook est un espace de production clos et modélisé *ex ante* par les concepteurs de la base de données et des API. Son modèle conceptuel représente une réalité sociale dans laquelle doivent s'inscrire les titulaires et les tiers : ceux-ci ne peuvent intervenir dans ce modèle autrement qu'en opérant (titulaires) ou facilitant (tiers) la saisie endogène. Un CSU se définit de manière similaire, sauf qu'il n'y a pas de tiers. *WordPress* représente aussi une forme de réalité de sociale, mais il permet aux tiers d'intervenir dessus (par les greffons ou les taxonomies).

L'espace de réception est délimité par *Facebook* (au niveau de la gestion des droits des API), et laisse une faible marge aux titulaires (dépendant des modifications des conditions d'usage du site ; toutefois, les titulaires restent propriétaires des DP[298]). Le processus judiciaire dans lequel s'intègre un CSU délimite l'espace de réception à des opérateurs ou des bénéficiaires dument identifiés et autorisés. Dans *WordPress*, la gestion de cet espace est laissée à la discrétion du titulaire (quand il en est le webmestre).

Au final, **ce qui est produit dans un espace déterminant ce qui est perçu dans un autre, nous nommons cette convergence un espace-temps de médiation des données personnelles** : en tant que moniteur, les outils d'éditorialisation de soi relèvent autant de déterminations informationnelles *ex ante* (le modèle conceptuel) qu'*ex post* (l'interprétation).

[298] <www.facebook.com/full_data_use_policy>, version du 08/06/2012

3. Études de cas : l'identité numérique au niveau des nations

Le deuxième échelon de l'écosystème identitaire ne concerne plus l'individu seul, mais son acception à un niveau national. En retournant notre lentille d'observation des architectures informationnelles, il nous faut quitter les espaces de production et de réception dans leur usage individuel pour aborder ceux de l'administration des identifiants, nous situant alors au niveau macro de l'écosystème identitaire. Quittant le moniteur pour retourner dans le sas, il ne s'agit plus d'analyser les formulaires de saisie et les exports de données personnelles voués à afficher ou repérer des singularités, mais de comprendre comment ces données et les silos dans lesquels elles se trouvent sont reliés, fédérés : si les techniques informatiques seront présentées, c'est surtout l'architecture générale, à l'échelle des nations, et ce qu'elle contient d'enjeux, qui nous intéressent.

3.1, Architecture et pratiques de gestion des identités

Qu'il s'agisse de gérer des identifiants dans un site web (*Facebook*), une entreprise (Intranet), une fédération d'organismes (réseau bibliothécaire) ou un une nation (NSTIC), l'architecture des identités repose sur les mêmes technologies.

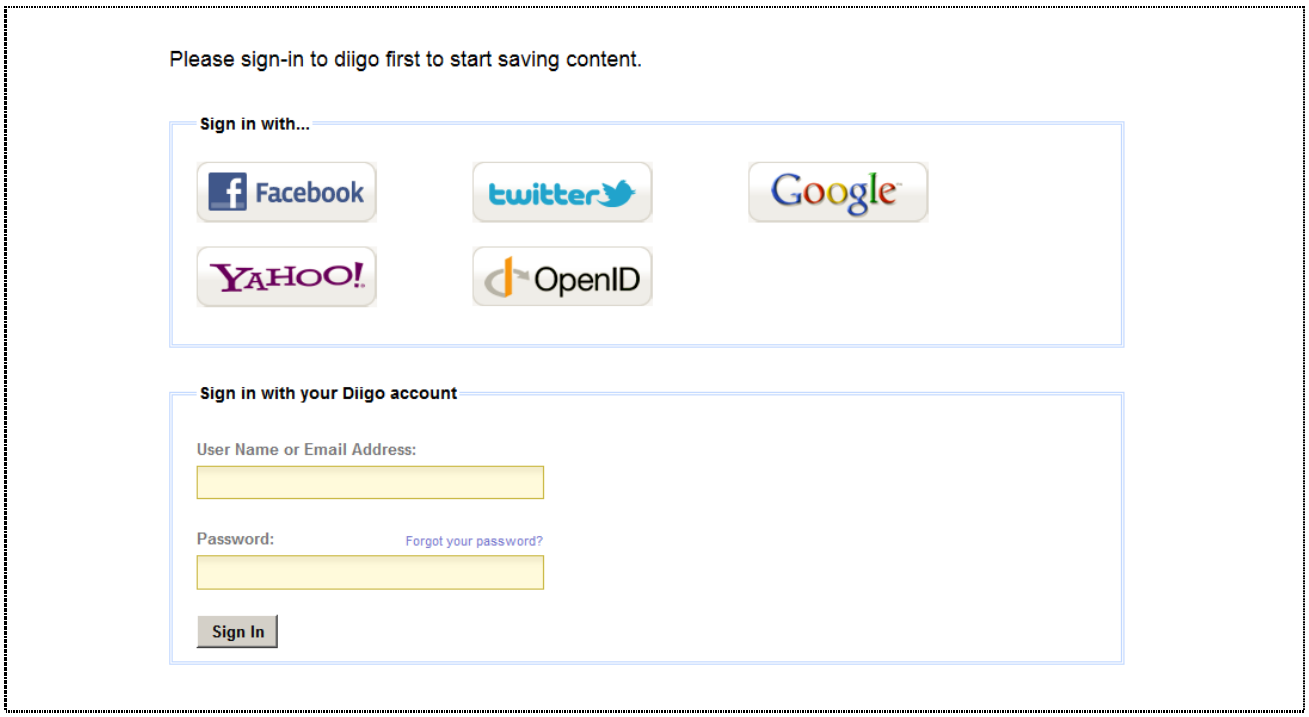
Tout d'abord, il tient lieu de distinguer l'identification : « je dis qui je suis », *via* un identifiant (adresse électronique, nom d'utilisateur) ; l'authentification : « je prouve qui je suis », par un support (CNI, passeport, badge, clé), une connaissance (mot de passe), un geste (signature), un élément naturel (biométrie) ; la certification : « un tiers prouve qui je suis » (en fait, de nombreuses authentifications sont des certifications : le passeport est un titre « certifié », l'authentification est endogène tandis que la certification est exogène) ; l'autorisation : « une fois authentifié/certifié, je suis autorisé à entrer dans le système » (entrepôt, territoire, site web, système d'information, etc.). La conservation des identifiants et des attributs d'authentification est donc stratégique : une exfiltration de ces données mettrait en péril l'intégrité des entités conservées ou représentées, de même qu'elle nuirait à la réputation de celui en charge de leur conservation. C'est pourquoi les serveurs d'authentification sont souvent séparés des autres serveurs (de fichiers, d'application, d'impression, etc.).

Trois tendances émergent dans la gestion de l'identité (*identity management*) :

- une tendance actuelle vise à solidifier les procédures, notamment en mettant en place une authentification forte (avec deux moyens plutôt qu'un seul : le mot de passe et le

captcha[299] lors de l'inscription à un site ; le passeport et la reconnaissance faciale aux douanes) ;

- la centralisation des identifiants dans un serveur unique (typique d'*Active Directory*, l'annuaire de *Microsoft*) pose des problèmes d'échelonnage, et donc de performance, en plus des problèmes de sécurité en cas d'attaque ou défaillance. La tendance est donc à la décentralisation des serveurs dans des architectures distribuées. De plus, l'externalisation des applications et des fichiers dans des serveurs en ligne multiplie le nombre d'opérations d'authentification : l'informatique dans les nuages, ou *cloud computing*, exacerbe encore un peu plus les enjeux propres à la gestion des identifiants.
- Une autre tendance vise au contraire à une authentification unique en utilisant une seul procédure pour plusieurs autorisations (*Single Sign-On*, SSO) : c'est sur ce créneau commercial qu'essayent de se placer *Facebook*, *Google*, *Yahoo!* ou *Twitter* (voir Ill. n° 8).



Ill. n° 8 : Certification par des tiers sur un service web

[299] Un *captcha* consiste à faire saisir une séquence alphanumérique qu'un agent-logiciel serait incapable de reconnaitre.

Plusieurs projets, développés séparément et tendant à aujourd'hui à converger, participent de l'administration des identifiants :

- SAML (*Security Assertion Markup Language*) est un langage basé sur XML pour écrire les attributs d'identification/authentification[300]. Il est normalisé par le consortium OASIS (*Organization for the Advancement of Structured Information Standards*)[301]. D'autres modes de certification des jetons d'identification existent (*Kerberos*, certificat X509[302]). Ils sont tous intégrés dans un protocole nommé WS-Security (WS pour *Web Service*, également normalisé par OASIS)
- SAML est utilisé par le consortium *Kantara Initiative* (anciennement *Liberty-Alliance*)[303] dans le cadre d'une fédération d'identités pour authentification unique, qui repose également sur des spécifications du W3C (notamment HTTP et SSL[304]) : il s'agit de s'authentifier auprès d'un fournisseur de services appartenant à un réseau de confiance pour bénéficier des services des autres fournisseurs. L'utilisateur a la liberté de choisir quelles données personnelles seront transmises à tel ou tel fournisseur (l'un peut avoir besoin d'une adresse postale tandis que l'autre requiert une date de naissance) ;
- *Shibboleth* est une initiative universitaire permettant de fédérer les serveurs d'authentification de différents campus afin que les étudiants aient accès à des ressources extérieures[305]. C'est le système qui permet par exemple de se connecter au portail de revues <www.cairn.info> avec ses identifiants universitaires ;
- La version de SAML2 intègre les avancées de *Kantara Initiative* et *Shibboleth* ;
- *OpenId* est une fédération d'identité reposant sur une URI enregistrée auprès d'un serveur d'authentification (*identity provider*)[306]. L'authentification unique se fait en saisissant cette URI à la place d'un nom d'utilisateur : l'utilisateur est renvoyé par le service web (*service provider*, ou *relying party*) vers le serveur auprès duquel

300 <saml.xml.org>
301 <www.oasis-open.org>
302 X509 est normalisé par l'Union internationale des télécommunications. Il repose sur une autorité de certification fournissant une clé de cryptage à une entité identifiée ; Kerberos est un système de distribution de ticket éphémère utilisé sur les réseaux informatiques, il est développé par le MIT.
303 <kantarainitiative.org>
304 SSL (*Secure Sockets Layer*, aujourd'hui rebaptisé *Transport Secure Layer*) est un système d'authentification et de chiffrement des flux au sein du protocole HTTP. Il a été mis en place afin de garantir les transactions monétaires du commerce électronique au début des années 2000. Il est normalisé par l'IETF.
305 Soutenu par le consortium *Internet2* (universités nord-américaines), <shibboleth.net>
306 Créé par la fondation *OpenID*, à laquelle participent *Google*, *Microsoft*, *Facebook*, *Yahoo !, MySpace*, *IBM*. Chacune de ces entreprises utilise *OpenID* comme système d'authentification, <openid.net>

l'utilisateur s'authentifie, le serveur renvoyant après un certificat (*credential*) au fournisseur de service ;

- *OAuth* est une API d'authentification à une autre API[307] ;
- les systèmes d'exploitation commencent à intégrer les technologies du web dans leur propre mécanisme d'authentification[308] ;
- des éditeurs de solutions logicielles en sécurité informatique proposent aussi des systèmes similaires, comme *VeriSign* avec son *Personal Identity Portal*[309] et *Eclipse* avec *Higgins*[310].

Ainsi, une gestion des identités en contexte numérique semble voir le jour, du fait de consortiums mêlant des concurrents, des entreprises et des universités. Toutefois, le jeu concurrentiel doit être dépassé par l'émulation : pour Chris Messina, l'objectif de cette nouvelle approche est clair :

> "*In the network model where anyone can host their own independent OpenID (just like anyone can set up their own email server), competition may thrive. Where competition thrives, an ecosystem may arise, developed under the rubric of market dynamics and Darwinian survivalism. And in this model, the individual is at the center, rather than the services he or she uses.*
> *This the citizen-centric model of the web, and each of us are sovereign citizens of the web*"[311]

Or la question de la souveraineté des citoyens renvoie, dans le cadre développé au premier chapitre, au pouvoir régalien de l'institution nominale. L'écosystème identitaire, au niveau opérationnel, est laissé à la discrétion d'acteurs privés.

---

307 Créée par Chris Messina (ingénieur *Google*, délégué auprès de *OpenID*), afin d'interconnecter les API de *Twitter* avec d'autres fournisseurs de service. *OAuth* est aujourd'hui utilisé par *GMail*, *Foursquare*, *Facebook* et *Windows Messenger*, <oauth.net>

308 Voir tous les travaux de Kim Cameron, *Microsoft*, pour remplacer les serveurs centralisés par une approche, dite *Identity Management as a Service*, expérimenté par exemple dans *Windows Azure* : voir sur son blog personnel <www.identityblog.com/?p=1205>

309 <pip.verisignlabs.com>

310 <www.eclipse.org/higgins>, une brique logicielle à embarquer dans des supports de type cartes ou téléphones mobiles (*personal data storage*). La fondation *Eclipse* développe des solutions logicielles ouvertes dédiées au commerce électronique. Les plus grandes entreprises en informatique y sont parties prenantes : <www.eclipse.org/membership/showAllMembers.php>

311 « Dans le modèle en réseau, n'importe qui peut héberger son propre OpenID (de la même manière que n'importe qui peut héberger son serveur de messagerie). Ainsi la compétition peut prospérer. Dès lors peut émerger un écosystème, sous l'égide des règles du marché et des lois darwiniennes de l'évolution. Dans ce modèle, l'individu est au centre, plus que les services qu'il utilise. C'est un modèle centré sur les citoyens du web, et chacun d'entre nous est un souverain du web ». Sur le blog de C. Messina :
<factoryjoe.com/blog/2008/12/26/responding-to-criticisms-about-openid>

3.2, Le National Strategy for Trusted Identities in Cyberspace

En 2009, l'administration Obama publie son projet d'écosystème identitaire : s'agissant d'une « stratégie », nous invitons à la comprendre comme un cadre, et nous invitons à comprendre l'application de cette stratégie à travers son dispositif et la configuration d'acteurs chargés de son opérationnalisation. En raison des caractéristiques de ce projet, du pays où il émerge, des acteurs qui y sont impliqués, et des potentialités qu'une telle architecture soit adoptée en Europe et en France, nous lui consacrons une section spécifique.

A, Les prémisses hégémoniques

Déjà, en 2001, rappelle Jacques PERRIAULT[312], les États-Unis avaient tenté auprès de l'*International Standard Organisation* (ISO) de faire valider en procédure accélérée la constitution d'un identifiant numérique unique pour accéder aux modules de ***e-learning*** sur le web, le "***Simple Human Identifier***" et qui serait basé sur une évaluation des compétences psychologiques et physiques, sur les préférences culturelles, et avec la possibilité d'une « annexe génomique »[313]. J. PERRIAULT signale l'effort d'internationalisation dans la rédaction de cette norme, à destination notamment des pays de la sphère asiatique. Louise Cadoux, alors vice-présidente de la CNIL, fit valoir 2 arguments :

- argument technique, le numéro INSEE sert déjà d'identifiant numérique unique, il pourrait être utilisé dans ce cas de figure ;
- argument politique : la directive 95/46/CE prévoit que seule les États membres peuvent autoriser le traitement de données à caractère personnel (section III, art.8, al.7).

312 Conférence inaugurale du séminaire « Identités numériques », ISCC/CNRS, 11/01/2011., au cours de laquelle l'auteur présente son ouvrage PERRIAULT J., VAGUER C. (dir.), ***La norme numérique : savoir en ligne et Internet***, Paris : CNRS Éditions, 2011

313 ARNAUD M., « Normes et standards de l'enseignement à distance : enjeux et perspectives », actes du colloque TICE 2002, Technologies de l'Information et de la Communication dans les Enseignements d'ingénieurs et dans l'industrie, Lyon, 13-15/11/2002, <docinsa.insa-lyon.fr/tice/2002/cs/cs015.pdf> ; ARNAUD M., JUANALS B., PERRIAULT J., « Les identifiants numériques humains, Éléments pour un débat public », in MASSIT-FOLÉA F., DELMAS R. (dir.), La gouvernance d'Internet, ***Les Cahiers du numérique***, vol. 3, n°2, 2002 ; JUANALS B., « La normalisation industrielle de profils humains, éléments pour une approche communicationnelle des nouvelles technopolitiques », in PERRIAULT J., VAGUER C. (dir.), ***La norme numérique : savoir en ligne et Internet***, Paris : CNRS Éditions, 2011

Les États-Unis retirèrent le projet, qui visait plus globalement au contrôle du web. Pour Jacques PERRIAULT, ce projet, son retrait et les enjeux qu'il soulevait se firent dans l'indifférence générale, et c'était d'autant plus paradoxal que la France ne s'intéresse pas à ces questions d'identifiant et de normes, elle qui avait inventé le système métrique et qui la première avait mis en place un identifiant numérique unique (le NIR, ou n°INSEE).

En 2004, George W. Bush signe la HSPD-12 (*Homeland Security Presidential Directive*)[314] relative à la standardisation d'un identifiant unique pour les employés fédéraux et leurs contractants. Cette directive marque le début effectif de la standardisation des identifiants, d'abord dans l'administration fédérale, puis dans les autres domaines.

Peu de temps après son arrivée à la Maison Blanche, Barack Obama prononce un discours dans lequel il fait de la « cybersécurité » et de la refonte des infrastructures numériques du pays une priorité absolue[315], qui embrasse conjointement des enjeux économiques, politiques et sécuritaires :

> "*America's digital infrastructure — the backbone that underpins a prosperous economy and a strong military and an open and efficient government*" [316]

B, Le respect de la tradition

Face aux menaces, économiques, militaires, terroristes qu'il énumère, Obama annonce que son administration va engager (en fait dans la continuité de ce qu'avait entamé Bush) une nouvelle approche compréhensive pour sécuriser les infrastructures numériques du pays ("*pursue a new comprehensive approach to securing America's digital infrastructure*"). Même s'il ne parle pas encore d'identité numérique, il fait référence à l'usurpation et au viol de la vie privée, c'est pourquoi il précise, et insiste, sur le fait que son administration préservera et protègera « la vie privée et les libertés civiles que chérit le peuple américain »[317].

---

314 <www.idmanagement.gov/documents/HSPD-12.htm>. On peut suivre le déploiement de cette directive sur le site <www.idmanagement.gov>, qui aborde des points comme SAML, PKI, OpenID

315 Au cours de la même conférence, le Président Obama annonce la création d'un *Cybersecurity Coordinator* (Howard A. Schmidt), associé au DHS et intégré au *National Security Council*, c'est-à-dire autorisé à s'adresser directement au Président.

316 « L'infrastructure digitale américaine – l'épine dorsale qui soutient une économie prospère, une armée forte et un gouvernement efficace et attentif », 29/05/2009 : <www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-securing-our-nations-cyber-infrastructure>. Complété dans la *Cyberspace Policy review* : <www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-securing-our-nations-cyber-infrastructure>

317 "*We will preserve and protect the personal privacy and civil liberties that we cherish as Americans*"

La tradition de la "*privacy*", telle qu'elle prévaut depuis la fin du XIX[ème], est justement que le gouvernement fédéral doit laisser les gens tranquilles. BRANDEIS & WARREN écrivent ainsi en 1890 :

> « Ceux qui ont rédigé notre constitution entendaient sécuriser les conditions favorables à la poursuite du bonheur. Ils reconnaissaient l'aspect spirituel de la nature humaine, de ses sentiments et de son intelligence. Ils savaient que seulement une part des peines, plaisirs et satisfactions de la vie sont à trouver dans les choses matérielles. Ils cherchaient à protéger les Américains dans leurs croyances, leurs pensées leurs émotions et leurs sensations. Ils ont donné contre le gouvernement le droit d'être laissé seul ["*the right to be let alone*"] – le plus étendu des droits et le plus estimé pour les êtres civilisés »[318]

Pour WARREN & BRANDEIS, la *privacy* est un droit de la personnalité (et non un droit de la propriété)[319]. Dans la culture américaine, la notion de *privacy* dépasse d'ailleurs la simple sphère de l'intime : il ne faut pas se contenter de traduire le terme par vie privée, et réduire à cette sphère ce qui devrait être protégé. La *privacy* inclue également les notions d'honneur, de dignité et de réputation : nous en trouverons trace d'une part dans notre circonscription de des industries de la réputation (chapitre 3), et d'autre part dans l'inclusion de ces notions au cœur du corpus constitutionnel des États modernes (notamment après guerre dans les différentes Déclarations et Convention de l'ONU ou de l'Europe, section 2.1.A du chapitre 8 consacrée à cette histoire du droit).

Ainsi, la *Constitution* ou la *Déclaration des droits* ne font pas référence au respect de la vie privée : seul le quatrième amendement empêche les perquisitions sans mandat. C'est lui qui est convoqué dans le cas d'une violation de l'intimité. En 2003, le IV[ème] amendement est mis entre parenthèses en raison de la lutte anti-terroriste : dès lors qu'un individu est suspecté de participer à une organisation terroriste, les agents du *Department of Homeland Security* peuvent perquisitionner et poser des écoutes sans mandat. À cause des dérives provoquées par ces pratiques (légales avec le *Homeland Security Act*), les FIPP (*Fair Information Practice Principles*) ont été remise à jour en

318 BRANDEIS L., WARREN S., "*The Right to Privacy*", Harvard Law Review, n°193, 1890, <www.law.louisville.edu/library/collections/brandeis/node/225>

319 REY B., *La vie privée à l'ère du numérique*, Paris : Lavoisier, 2012. Voir également RIGAUX F., « L'individu, sujet ou objet de la société de l'information », in TABATONI P. (dir.), L*a protection de la vie privée dans la société de l'information*, Tomes 3, 4 et 5, Paris : PUF, coll. « cahiers des sciences morales et politiques », 2002, p. 122-137

2008[320]. Il s'agissait à l'origine d'un document rédigé en 1973 dans le contexte du *Watergate* et des débuts de l'informatisation des données personnelles : ce document stipule que tout dispositif identitaire doit respecter certaines bonnes pratiques (transparence et proportionnalité dans la collecte et le traitement des données personnelles, consentement des citoyens, explicitation des finalités des dispositifs identitaires). Les FIPP donneront naissance au *Privacy Act* de 1974, on les retrouvera également dans la loi de 1978 dite Informatique et libertés, ainsi que dans les *Guidelines* de l'OCDE (1980) et la convention 108 de l'Union européenne (1981, qui donnera bien des années plus tard la directive 95/46/CE)[321].

Toutefois, l'annonce du NSTIC laisse craindre la centralisation des identifiants au niveau fédéral[322]. Howard A. Schmidt, et même Barack Obama, devront convaincre que le but du projet n'est pas de créer une carte d'identité électronique. Sur la page d'accueil du chapitre Cybersécurité du NSC, on peut d'ailleurs lire (§10) :

> "*A cybersecurity-based identity management vision and strategy that addresses privacy and civil liberties interests, leveraging privacy-enhancing technologies for the Nation*"[323]

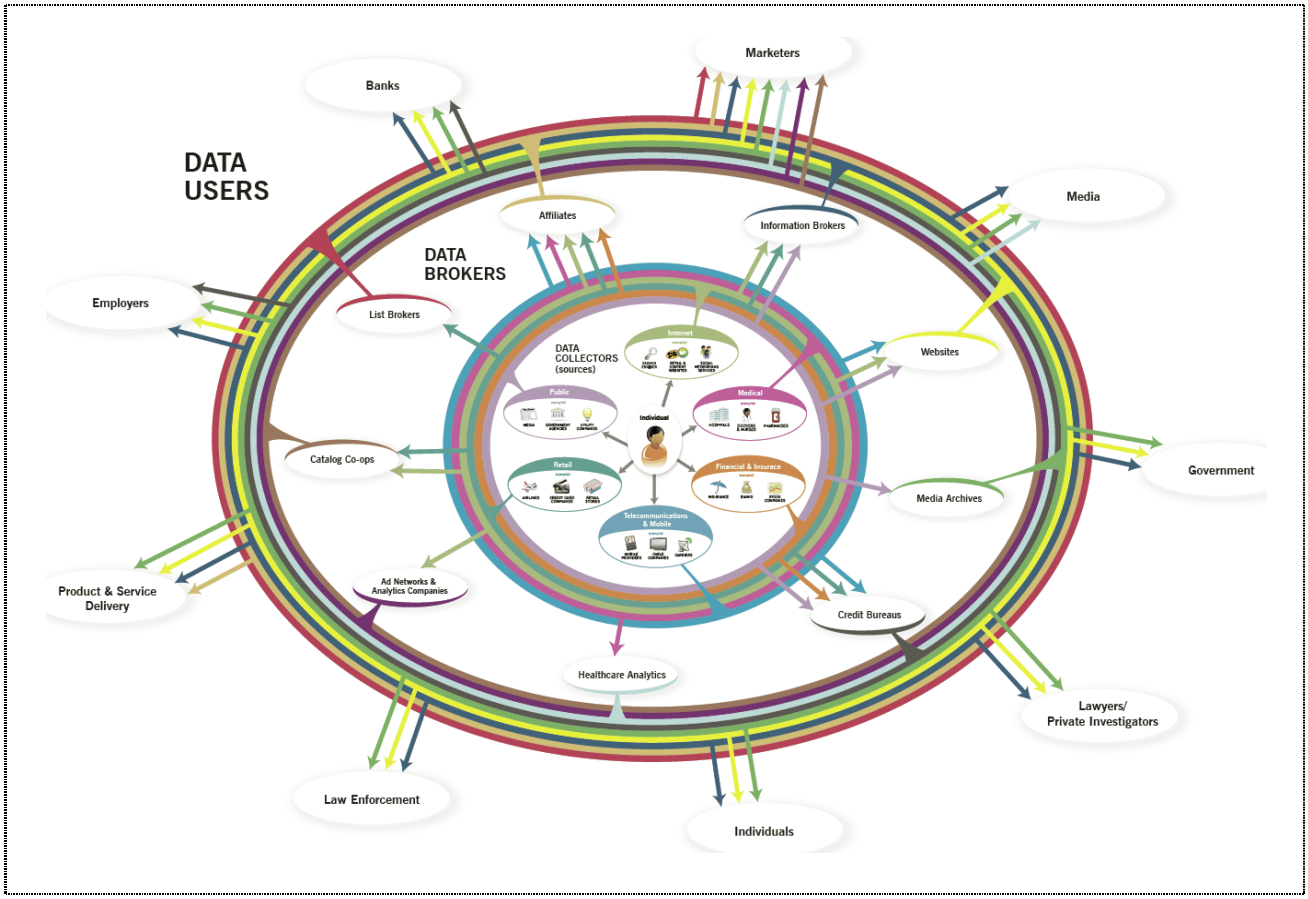
De nombreux discours reprendront ce point[324]. Sans cela, au vue de la culture américaine, le NSTIC serait un fiasco, estime Jim Dempsey, du *Center for Democracy and Technology* (une association très active dans la défense des libertés civiles en contexte numérique)[325]. C'est la raison pour laquelle le projet est placé sous la responsabilité du NIST (*National Institute for Standards and Technology*), et pas de la NSA (*National Security Agency*)[326].

320 <www.dhs.gov/xlibrary/assets/privacy/privacy_policyguide_2008-01.pdf>
321 Voir aussi la III[ème] partie, chapitre 8, section 2.1D, consacrée à la « ventricularité » des doctrines.
322 Les médias s'étaient empressés de sortir l'épouvantail de Big Brother. Lire par exemple <thinkprogress.org /2011/01/13/internet-id-conspiracy>
323 « Une gestion des identités basée sur la cybersécurité et une stratégie destinée au respect de la vie privée et des libertés civiles, améliorées par des technologies et ce pour l'ensemble de la Nation »
324 À l'occasion d'une conférence à Stanford, 07/01/2011, Howard A. Schmidt annonce le retrait du gouvernement : les efforts d'innovation, d'harmonisation et de déploiement doivent être conduits par le secteur privé, <www.whitehouse.gov/blog/2011/01/07/national-program-office-enhancing-online-trust-and-privacy>
325 <www.cdt.org/blogs/jim-dempsey/new-urban-myth-internet-id-scare>
326 <nist.org>. La NSA, responsable du projet Echelon (chapitre 1), avait pourtant cherché à récupérer la responsabilité du projet, <news.cnet.com/8301-13578_3-10045980-38.html>

C, L'architecture du NSTIC

Le NSTIC contient une réflexion en amont visant à établir un ensemble de standards concernant l'interopérabilité des processus d'identification et authentification et la portabilité de certaines données à caractère personnel. Publié en tant que brouillon (*draft*, juin 2010)[327] de 39 pages et commenté sur le site de la Maison-Blanche[328], il définit un système de gestion des identités au sein du cyberespace américain (système renommé « Écosystème identitaire ») par lequel un citoyen pourra s'authentifier lors des transactions en ligne ou rester anonyme quand il s'exprimera[329].

L'Ill. n° 9 fournie par la FTC, partenaire du projet, permet d'illustrer l'architecture du NSTIC[330].



Ill. n° 9 : The Personal Ecosystem

327 <www.dhs.gov/xlibrary/assets/ns_tic.pdf>
328 <www.whitehouse.gov/blog/2010/06/25/national-strategy-trusted-identities-cyberspace>
329 "*The Identity Ecosystem enables people to validate their identities securely when they're doing sensitive transactions (like banking) and lets them stay anonymous when they're not (like blogging)*" <www.nist.gov/nstic>
330 Décembre 2009, <www.ftc.gov/bcp/workshops/privacyroundtables/personalDataEcosystem.pdf>. Une version de meiileure qualité se trouve en annexe 34.

L'écosystème requière de multiples acteurs :

- un *individu* engagé dans une transaction, une identité numérique étant un ensemble d'attributs représentant l'individu dans la transaction ;
- un fournisseur de services (FdS) requérant l'identification de l'individu client (hôpital, fisc, entreprise commerciale, société de transport, etc.) ;
- une *entité non-individuelle* (NPE, *non-personal entity*, organisation, matériel, logiciel, service) engagée dans la transaction ou simple support de celle-ci (individus et NPE sont désignés comme les sujets de la transaction) ;
- un *fournisseur d'identité* (IdP, *identity provider*), apportant un certificat (*credential*) de l'identité de l'individu au NPE ;
- le *certificat* est stocké sur un support (*identity medium* : *smart cards*, puces embarquées, clé USB) ;
- un *fournisseur d'attributs* (AP, *attribute provider*) porte les attributs de l'identité (Pierre est majeur, ou Pierre est né le 31/03/1980 ; Marie a le permis de conduire, ou Marie a 8 pts sur son permis ; Jacques est solvable, ou Jacques a 3.567,50€ sur son compte, pour une transaction d'un montant de 49,10€, etc.) ;
- un *intermédiaire* (RP, *relying party*) sélectionne les tiers de confiance (IdP, AP) nécessaire pour la transaction, en fonction des risques et des exigences ;
- les sujets, les fournisseurs, les certificats et les intermédiaires sont nommés *participants* ;
- un *Trustmark* est un sceau indiquant qu'un support ou un fournisseur (IdP, AP, RP) a rempli les exigences requises et les a renseignées auprès d'une « autorité d'accréditation » ;
- l'*Identity Ecosystem Framework* (IEF) est le cadre général contenant toutes les spécifications et règles applicables aux fournisseurs, aux supports et aux sceaux ;
- une autorité de régulation (*governance authority*) surveille et maintient l'IEF ; elle délivre aussi à certaines organisations le statut d'autorité d'accréditation ;
- une autorité d'accréditation (*accreditation authority*) est chargée d'auditer et valider les participants (médias et fournisseurs) selon leur *Trust Framework* ;
- le *cadre général de confiance* (*Trust Framework*) définit le niveau de risque pour chaque type de transaction, et accorde des droits et devoirs spécifiques pour chaque catégorie de participants. Plusieurs *Trust Framework* peuvent coexister dans l'Écosystème, en fonction des besoins particuliers.

Cette architecture est déjà en vigueur : *Facebook Connect*, que nous avions abordé dans « les cookies d'Heidi » (section 2.2C dans ce chapitre), est à la fois un fournisseur d'identité (il permet de s'authentifier chez un fournisseur de service, comme *TripAdvisor* ou *Spotify*) et un fournisseur d'attributs (il transfert les données personnelles autorisées *via* une application à destination du fournisseur de service). Ces activités sont labélisées *via* un *Trustmark* délivré par l'organisme *TRUSTe*[331].

Distribués autrement, les acteurs de l'écosystème interviennent dans diverses couches opérationnelles (ou techniques), gestionnaires (ou intermédiaires) et politiques (ou d'accréditation) :

- au niveau opérationnel (invisible par l'utilisateur), il s'agit de préconiser des standards interopérationnels, non propriétaires, mettant en avant le chiffrement des données par des protocoles robustes dans les différentes couches de communications électroniques (comme avec le langage SAML utilisé pour l'écriture des certificats électroniques) ;
- au niveau gestionnaire, le traitement des certificats sécurisés par la couche précédente est réalisé au niveau industriel (dans les appareils de lecture/écriture : un *smartphone*, un lecteur de carte à puce), commercial (*via* les fournisseurs d'identité ou d'attributs : les opérateurs de téléphonie, les assurances, les banques, les universités, etc.) et administratif (*via* des établissements publics : sécurité sociale, préfecture, etc.). Les intermédiaires doivent garantir l'exclusivité du traitement (pas de fuite informationnelle, sinon l'intermédiaire doit apporter soutien juridique et réparation au titulaire) et la proportionnalité du traitement par rapport à la finalité (il suffit de signifier qu'on est majeur pour avoir certains droits, il ne serait plus nécessaire de donner sa date de naissance)[332] ;
- au niveau politique, chaque entité non-individuelle est soumise à des processus d'accréditation au niveau fédéral et entre les partenaires (cercles de confiance).

Dans les documents d'accompagnement du NSTIC, on peut lire l'exemple d'une épouse venant récupérer auprès d'un hôpital les résultats d'examen de son mari. Elle prouve son identité et son

[331] *TRUSTe* est une entreprise d'audit des transaction électroniques. Agissant comme régulateur, nous le présenterons plus en détail dans la III[ème] partie, chapitre 8, section 3.1C.1 consacrée à « l'ingénierie de la vie privée ».

[332] En France, le chercheur Yves DESWARTES propose une « carte blanche » similaire, <www.identitesactives.net/?q=reve-d-identite-11-carte-d-identite-blanche>

statut marital en fournissant, *via* son téléphone mobile, un certificat électronique de mariage pour récupérer les documents, puis un identifiant bancaire pour régler la facture. Le constructeur du téléphone, le fournisseur d'accès, l'hôpital, l'administration fournissant le titre de mariage et la banque ont signé un cadre général de confiance, audité et accrédité par des autorités compétentes. L'hôpital peut être membre de plusieurs cercles de confiance, et autant d'intermédiaires peuvent se substituer dans le relai des attributs civils ou bancaires. L'individu peut alors choisir son prestataire en fonction du cadre de confiance des partenaires : il fixe seul le seuil d'exploitation de ses données personnelles.

Les différentes organisations voient leurs processus simplifiés du fait de leur ré-attribution à différents acteurs (fournisseurs d'identité ou d'attributs et intermédiaires). De plus, l'usage de standards interopérables facilite la mise à jour des composants matériels ou logiciels.

Les bénéfices mis en avant dans les discours sont nombreux : l'utilisateur est en confiance dans un environnement robuste, où l'on requière de lui un consentement éclairé, lui permettant d'utiliser plus facilement de nombreux services électroniques sans craindre d'atteinte à sa vie privée puisqu'il peut choisir entre l'anonymat et l'identité civile. Les entreprises du secteur privé voient leurs procédures simplifiées, leur réputation consolidée et leur relation clientèle améliorée. Surtout, le déploiement de cet écosystème serait un facteur d'innovation important. Au niveau fédéral, les risques liés à la cybercriminalité seraient réduits, les infrastructures consolidées et des services publics d'un nouveau genre pourraient être proposés (télédéclaration). Surtout, les documents insistent sur le désengagement de l'État fédéral, dont le rôle se borne à celui de facilitateur.

D, Feuille de route

Alors qu'il est encore à l'état de brouillon, le Département du Commerce est le premier à s'engager dans la voie du NSTIC : il nomme un responsable dédié à ce projet, Jeremy Grant, ancien assistant parlementaire et consultant en gestion d'identités[333].

La version officielle du NSTIC est parue le 15/04/2011[334]. S'il n'y a pas de calendrier précis, plusieurs jalons sont cependant désignés, et suivis d'une décision fédérale :

[333] <www.nist.gov/itl/grant.cfm>
[334] <www.whitehouse.gov/blog/2011/04/15/president-obama-releases-national-strategy-trusted-identities-cyberspace> et <www.whitehouse.gov/sites/default/files/rss_viewer/NSTICstrategy_041511.pdf>

- émulation d'un réseau scientifique de recherche sur les questions techniques (***Federal Cybersecurity R&D***)[335].
- sécurisation technique des infrastructures de communication (***Comprehensive National Cybersecurity Initiative***)[336], notamment avec des simulations d'attaques ;
- campagne de sensibilisation aux risques de la cybercriminalité (***National Initiative for Cybersecurity Education***)[337] ;
- développement du NSTIC à un échelon international (***U.S. International Strategy for Cyberspace***)[338] ;

Plusieurs entreprises ont déjà reçu leur agrément comme tiers de confiance dans la livraison de certificats d'identité sécurisés : les premières sont ***Equifax*** (acteur en intelligence économique)[339], ***Paypal*** (propriété d'***eBay***), Symantec (propriétaire de ***VeriSign***) et ***Google***.[340]

Confronté au problème de l'économie américaine, le NSTIC reçoit en 2012 (pour son budget 2013) une enveloppe de $16 millions, avec l'aide d'un véto de Barack Obama contre une réduction plus importante[341]. $10 millions sont réservés aux lauréats d'un appel à projet, dont la liste définitive sera publiée en septembre 2012. Certains présélectionnés se sont déjà fait connaitre, tel le consortium TSCP, spécialisé dans l'aérospatiale (***Boeing***, Départements de la défense américain et britannique) et porteur d'un projet de fédération de certificats[342]. De moindre ampleur, deux étudiants ont également été retenus avec un projet de ***Privacy Labels***[343].

---

335 <cybersecurity.nitrd.gov>
336 <www.whitehouse.gov/cybersecurity/comprehensive-national-cybersecurity-initiative>
337 <www.whitehouse.gov/sites/default/files/rss_viewer/cybersecurity_niceeducation.pdf>
338 <www.whitehouse.gov/blog/2011/05/16/launching-us-international-strategy-cyberspace> et <www.whitehouse.gov/sites/default/files/rss_viewer/international_strategy_for_cyberspace.pdf>
339 <www.equifax.com/home/fr_ca>
340 Il s'agit plus spécifiquement d'une accréditation à agir au sein de l'***Identity, Credential and Access Management Framework*** (ICAM), une architecture développée dans le cadre de HSPD-12, et depuis intégrée au NSTIC, <openidentityexchange.org/trust-frameworks/us-icam>
341 Il avait quand même été prévu au départ un budget de $24 millions, <www.govinfosecurity.com/obama-battles-gop-over-nstic-funding-a-4741> et <www.fiercegovernmentit.com/story/minibus-makes-science-cuts-nstic-survives/2011-11-20>
342 <www.zdnet.com/blog/identity/gov-led-id-plan-picks-finalists-for-10-million-grant-program/416>
343 <www.zdnet.com/blog/identity/privacy-labels-aim-to-control-prying-eyes-personal-data/449>. Nous aborderons les ***privacy labels*** dans la III[ème] partie.

E, Enjeux, critiques et perspectives du NSTIC

À la suite de la publication du brouillon (25/06/2010) a été ouvert un espace de discussion en ligne[344], fermé le 19/07[345], et dont les contenus n'ont pas été publiés. Néanmoins, certaines organisations se sont exprimées par ailleurs.

E.1 Le rôle de l'État

Au sein de l'*Association for Computing Machinery* (éditrice du journal *Communication of the ACM*)[346], on estime que l'identification et l'authentification ne sont pas la clef de voute de la cybersécurité, elles risquent au contraire de compliquer les choses. D'autres processus mériteraient d'être renforcés : toutefois les auteurs de l'article ne précisent pas lesquels. Le développement de l'Écosystème risque de couter cher, de même sa faisabilité n'est pas garantie, tant il est difficile de modéliser les *Fair Information Practice Principles*. La relative centralisation des identifiants et des attributs va provoquer de nouveaux risques : en effet, étant donné ce à quoi un certificat unique donne accès, il sera tentant et facile de l'usurper, réduisant de fait l'objectif premier du dispositif. L'ACM recommande de ne pas utiliser d'identifiant unique (qui par association permettrait d'obtenir tous les attributs répartis chez des fournisseurs), mais au contraire de séparer les identités. L'association rappelle que l'usage extensif du numéro de sécurité sociale a facilité l'usurpation d'identité, et que cette dérive pourrait bien se renouveler avec l'Écosystème.

D'autres acteurs ont édité un portail, <nstic.us>, afin d'héberger les commentaires et les critiques du projet :

- Chris Messina (*Google*, *OpenID*) est globalement optimiste : le désengagement de l'État est une bonne chose pour le projet, à la fois en terme d'innovation et de vie privée. Pour ce dernier point cependant, rien ne garantit que le dispositif ne conduise pas à une plus grande surveillance. De toute façon, toute communication électronique contient ce risque, ajoute-t-il[347] ;
- Aaron Titus (ancien avocat, *privacy officer* et militant actif de la défense des libertés civiles en contexte numérique) est globalement pessimiste : de par le nombre de transactions pour lesquelles il va être sollicité, le fournisseur d'identités va collecter

344 <www.nstic.ideascale.com>
345 Malgré les appels pour un délai supplémentaire, <cdt.org/files/pdfs/20100716_nstic_extend_ltr.pdf>
346 <usacm.acm.org/PDF/USACM_Secure_Identity_Comments_final.pdf>
347 <www.nstic.us/2011/01/googles-chris-messina-on-nstic.html>

une somme d'informations fortement enrichies (les attributs identitaires), et donc fortement valorisables. Les pressions commerciales auxquelles le fournisseur d'identités va être soumis pourraient être découragées par une implémentation plus robuste des FIPP, et un engagement plus marqué de l'État : "***Without regulation, larger IDPs will be able to market, share or otherwise derive value from vast storehouses of transactional data***" [348];

- Kaliya Hamlin (experte en gestion d'identités, membre d'OASIS, fondatrice de nombreux forums et groupes de réflexion, participe à la conceptualisation du NSTIC, blogue et tweete sous le pseudo d'identitywoman)[349] prend l'exemple des données personnelles dans le domaine de la santé : le site de l'Institut national de la santé (NIH) est visité par des centaines de milliers de personnes, mais comme c'est un site public, il a interdiction d'utiliser des cookies, et de par son partenariat avec les universités, il dispose déjà d'un processus d'identification/authentification (***InCommon***, un peu comme ***Shibboleth***). Dévoué à sa mission de santé, il n'a pas forcément envie de dépenser des efforts (financiers) à la gestion des identités et des attributs de ses patients. Cela veut dire que la question de l'interopérabilité a déjà été travaillée, est déjà opérationnelle, mais la portabilité et le cloisonnement des données restent problématique (en terme de confiance). De même, la multiplicité des participants risque finalement de paraître lourde aux utilisateurs, et coûteuses au secteur privé. L'initiative publique contenue dans HSPD-12 semble fonctionnelle, sans être intrusive. Le NSTIC pourrait prendre le même chemin. Il ne faudrait peut-être pas alors que l'État se désengage autant du processus[350] ;
- Dave Birch (consultant chez Hyperion, une entreprise spécialisée dans la gestion d'identités)[351] est sensible à l'idée qu'un identifiant bancaire serait le plus fiable. Il pense d'ailleurs que c'est une bonne chose que l'Écosystème soit en amont standardisé par l'État, et en aval opéré par des acteurs privés (et non l'inverse). Il s'étonne que certains (médias) crient à la main-mise du gouvernement pour une carte

348 « Sans régulation, les principaux fournisseurs d'identité seront en mesure de marchander, partager et valoriser les larges quantités de données transactionnelles », <www.aarontitus.net/blog/2010/10/01/nstic-at-a-crossroads>
349 <www.identitywoman.net>
350 <www.fastcompany.com/1715659/national-identity-cyberspace-why-we-shouldnt-freak-out-about-nstic>
351 <digitaldebateblogs.typepad.com/digital_identity>

d'identité électronique, alors même qu'ils ont déjà validé l'authentification *via Facebook* [352].

Si l'investissement de l'État renvoie à des représentations politiques propres à la culture américaine, la question des usages sociaux telle que mentionnée par D. Birch risque bien de déterminer le succès, ou l'échec, du projet. En effet, les usagers risquent d'avoir l'embarras du choix parmi les fournisseurs (d'identités, d'attributs, de certificats), d'autant qu'existent par ailleurs des identifiants et des fournisseurs dans lesquels ils ont confiance (banques, postes). Au final, ils pourraient ne choisir qu'une poignée de fournisseurs parmi les entreprises qu'ils connaissent déjà, dont *Google*.

E.2 La consolidation d'un oligopole

Le moteur de recherche se positionne ainsi sur le créneau de la certification d'identité, permettant de renforcer le triplet d'un auteur pour un document. Plusieurs brevets récents renforcent cette stratégie :

- l'*Author Rank* est une signature électronique valable comme indicateur réputationnel. Chaque auteur se verra proposé d'apposer sa signature sur chaque document électronique qu'il mettra en ligne : ainsi, ce n'est plus le *PageRank* qui déterminera seul la valeur d'un document, mais une métrique associée à son auteur[353] ;
- *Google Ripples* permet de tracer la réplication d'un contenu en ligne afin d'associer systématiquement le bon auteur à chaque copie[354].

Pour l'instant, ces fonctionnalités sont associées au statut d'auteur postant sur le réseau socionumérique de la marque, *Google*+, elles s'intègrent dans une mécanique plus vaste, le propre écosystème documentaire de *Google* : la recomposition des graphes sociaux avec *Circles*, les techniques statistiques avec *Analytics*, l'encapsulation de bouton d'approbation avec +1 (fonctionnement identique au bouton J'aime de *Facebook*), et de façon encore plus globale, l'ensemble de ces fonctionnalités sont embarquées dans le système d'exploitation *Androïd* et dans le

352 <digitaldebateblogs.typepad.com/digital_identity/2011/01/internet-drivers-license.html>

353 <appft.uspto.gov/netacgi/nph-Parser?Sect1=PTO1&Sect2=HITOFF&d=PG01&p=1&u=%2Fnetahtml%2FPTO%2Fsrchnum.html&r=1&f=G&l=50&s1=%2220110213770%22.PGNR.&OS=DN/20110213770&RS=DN/20110213770>. Ce système renforce le `<link rel="canonical">`. Voir également *Authorship* qui renforce le rel="author" : <www.google.com/insidesearch/authorship.html>. Capture en annexe 13.

354 <support.google.com/plus/bin/answer.py?hl=fr&answer=1713320 >. Ce système s'insère dans le réseau socionumérique Google+, où les articles sont voués à une réplication certaine.

porte-monnaie électronique *Wallet*. Ainsi, par exemple, il est possible d'effectuer un micropaiement pour régler une transaction marchande avec un téléphone mobile équipée d'une puce NFC et d'*Androïd*, une combinaison qui permet également, avec la cellule photographique du téléphone, de prendre une image et de la poster avec signature électronique. De la sorte, *Google* dispose de toute une chaine de services compatible avec le NSTIC, déjà opérationnelle et en cours d'adoption dans les usages sociaux américains. D'autres entreprises mènent des stratégies similaires, associant à leur cœur de métier (la banque, l'assurance, la publicité) des activités liées au secteur de la certification d'identité (voir chapitre 3). Au-delà de cet écosystème, *Google* se propose même d'embrasser la globalité de l'énonciation éditoriale : édition, publication, socialisation, statistiques, indexation, recommandation et monétisation de contenu sont des processus gérés par la firme.

Dès lors, la consolidation d'un oligopole autour de la gestion des identités occasionne des critiques virulentes de la part de certains militants, qui n'hésitent pas à parler de « totalitarisme numérique »[355]. Christine Schachinger évoque surtout la relativité de l'anonymat vanté dans les discours d'accompagnement du NSTIC. Il est d'ailleurs question de « pseudo-anonymat ». En effet, elle explique que l'anonymat est possible dans certaines transactions (commenter sur un forum) car le fournisseur d'identité joue le rôle de cache : il est dépositaire de l'identité réelle de l'énonciateur mais n'affiche qu'un pseudonyme (voire un laconique *Anonymous*). Si les allocutaires du forum ont affaire à un pseudonyme, le fournisseur d'identité possède quant à lui la véritable identité, par laquelle il peut avoir accès à d'autres informations. Dès lors, cet anonymat, effectif au niveau interactionnel (espace de réception), serait un leurre au niveau industriel (espace de production).

E.3 La diffusion à l'internationale

Il est prévu dès le départ que le NSTIC s'enchâsse dans un écosystème plus vaste qu'il aurait inspiré. Paul Simmonds, le responsable du *Jericho Forum*[356], recommande au Royaume-Uni (dont il est originaire) et à l'Europe d'adopter le modèle du NSTIC[357].

---

355 Christine Schachinger parle de "*digital totalitarianism*", <searchenginewatch.com/article/2123513/Google-NSTIC-Leading-the-March-to-Digital-Totalitarianism>

356 Le Forum est un groupe de réflexion à l'intérieur du consortium *OpenGroup*, dédié à produire des standards techniques pour la gestion des ventes et de la relation clientèle, <www.opengroup.net>. Il est, entre autres, composé d'entreprises et d'organismes comme *SAP*, *Oracle*, *IBM*, la NASA, *CapGemini*, <reports.opengroup.org/membership_report_all.pdf>

357 <searchsecurity.techtarget.co.uk/news/2240113762/Jericho-founder-Get-involved-in-plan-for-protecting-identity-online>

Le *Jericho Forum* tient une posture intéressante en termes de gestion des identités numériques. Réunis dans les *Identity Commandments*[358], on trouve plusieurs principes comme la réputation des identifiants (à la façon d'*AuthorRank*), des attributs contextuels (éphémères), des identités multiples pour une même entité (un principe, est-il écrit, qui devrait être inscrit dans les lois nationales ou dans la déclaration universelle des droits de l'homme). Ces commandements se concluent ainsi :

> "*There is also a major infrastructure investment required to create the next generation 'Identity' Management approach. This investment in turn requires a shift in the business model and the enthusiastic uptake of the services that will encourage a cultural shift that will value Transparency as much as it does Privacy. Open access to the reputation of entities will go a long way to raising the e-Trust barrier*"[359]

Si les principes du *Jericho Forum* convergent avec ceux du NSTIC, et si un tel modèle peut remporter un véritable succès s'il est bien construit (avec une régulation publique), Simmonds craint par contre que sa diffusion à l'internationale ne fasse que consolider le monopole américain (ou l'oligopole de ses entreprises) sur Internet et le commerce électronique. De la même manière que le NSTIC encourage l'innovation par la concurrence, cette émulation devrait également jouer entre les nations.

F, Les autres écosystèmes identitaires à travers le monde

Le gouvernement britannique réfléchit depuis longtemps à un écosystème au niveau européen (les premiers documents remontent à 1994)[360]. Toutefois, le projet EURIM ne semble pas très dynamique. Ceci explique peut-être pourquoi on retrouve le Ministère de la Défense associé à un projet pilote du NSTIC. Ceci s'explique également par la culture anglaise relative à la vie privée et au traitement des données personnelles. Si le corpus n'est pas le même qu'aux États-Unis, la doctrine est sensiblement équivalente. Ainsi, en 2006, le Parlement adopte *l'Identity Card Act*, créant un registre national de cartes d'identité dont le dictionnaire de données comprend 50

358 <www.opengroup.org/jericho/Jericho Forum Identity Commandments v1.0.pdf>
359 « Il est nécessaire de fournir un investissement majeur dans l'infrastructure pour créer une nouvelle génération d'approche de la gestion des identités. Cet investissement exige à son tour un changement dans le modèle d'affaires et une vive compréhension des services incitant à adopter la transparence tout en préservant la vie privée. Un accès direct à la réputation des entités consolidera la confiance numérique »
360 <www.eurim.org.uk>

attributs (notamment biométriques : visage, doigts, iris)[361]. Malgré des divergences politiciennes, les deux partis s'accordent à reconnaitre le bienfondé d'un tel document[362]. Avec l'arrivée du gouvernement Cameron[363], et des sondages largement défavorables à l'introduction de cette carte, le Parlement adopte l'*Identity Document Act* (2010)[364].

Le *Home Office* diffusera sur *Youtube* une vidéo du Ministre de l'Intérieur en train de jeter dans une broyeuse les disques dur du registre national d'identité[365]. À cette occasion, il déclare :

> "*We want to rebalance the security and freedom of the citizen. We think that previously we have not had enough emphasis on peoples' individual freedom and privacy, and we're determined to restore the proper balance on that*"[366]

En Corée du Sud, depuis une affaire de cyber harcèlement ayant conduit au suicide une jeune et célèbre actrice[367], une loi oblige les internautes coréens à s'identifier sur les forums et réseaux socionumériques avec leur *Resident Registration Number* (l'équivalent du NIR français). Cependant, une attaque et un vol massif de données a conduit en 2011 le gouvernement a abrogé cette loi[368]. L'identifiant unique national est cependant conservé. En dehors de ces deux exemples, aucun autre pays n'a abandonné ou minoré ses projets de gestion nationale des identifiants.

Le gouvernement anglais a mis en place un projet nommé *Identity Assurance* : il s'agit de déléguer (et les discours d'accompagnement insistent sur cette dynamique) à des tiers privés la certification d'identité, y compris pour des transactions institutionnelles. *Facebook* et *Google* sont cités comme

361 <www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/15/contents/enacted>

362 Le projet est soutenu par les Conservateurs (initié au départ par John Major). Dans un séminaire de la *Fabian Society*, le groupe de réflexion du *Labour Party*, il a été reconnu que si trop d'enthousiasme avait été dispensé autour du projet, et que les cartes d'identité ne sont pas une panacée, elles apportent un bénéfice en termes de sécurité, la réduction des coûts de protection couvrant ceux de la création du registre, <news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/4744153.stm>. George ORWELL avait admis que le monde de 1984 ressemblait à ce qu'il adviendrait si la *Fabian Society* disposait des pleins pouvoirs, 1984 étant le centenaire de la fondation du groupe de réflexion. Voir STEINHOFF W., *George Orwell and the Origins of 1984*, Ann Arbor : U. of Michigan Press, 1975 et <georgeorwellnovels.com/books/about-nineteen-eighty-four>

363 Dans son discours sur la réforme constitutionnel, le vice Premier Ministre Nick Clegg (démocrate libéral) avait vouloir en finir avec l'État Big Brother, et que la destruction des cartes d'identité serait sa première priorité, <bugbrother.blog.lemonde.fr/2010/05/25/la-grande-bretagne-enterre-la-societe-de-surveillance>

364 <www.legislation.gov.uk/id?title=Identity+Documents+Act+2010>

365 <www.youtube.com/watch?v=2dB-LQf6zYU>

366 « Nous voulons rééquilibrer la sécurité et la liberté des citoyens. Nous pensons que précédemment, nous n'avons pas assez pris conscience des libertés individuelles et du respect de la vie privée, et nous sommes déterminés à corriger cela ».

367 <www.reputation.com/blog/2008/11/03/choi-jin-sil-suicide-linked-to-internet-rumors>

368 <www.chinadaily.com.cn/world/2011-08/11/content_13095102.htm>

exemple de tiers certificateurs. Le groupe de pilotage a été reçu par celui du NSTIC en mai 2012[369]. En Europe, le projet STORK 2.0 vise au contraire à construire des briques logicielles permettant de certifier des identités (ou des attributs identitaires) dans des transactions de tiers à tiers : une université communiquerait directement aux agences de recrutement les diplômes d'un candidat à l'embauche[370].

En Inde, le projet *Aadhaar* (« fondation », en sanskrit) vise à enregistrer les données biométriques (empreintes digitales et iris) de l'ensemble de la population : soit 1,2 milliards de personnes stockées dans une base de données SQL de 20 pétaoctets[371]. Plusieurs objectifs animent ce projet :

- permettre à chacun de prouver son identité afin de pouvoir ouvrir un compte en banque, et effectuer des micro-paiements entre ceux restés au village et ceux partis en ville (ce qui implique de les équiper de terminaux de connexion et paiement) ;
- disposer d'un identifiant unique (un numéro à douze chiffres) pour bénéficier des services sociaux ;
- identifier tous les individus de la population, y compris « les pauvres, les marginaux, les sans foyer ».

Le premier objectif dévoile des enjeux économiques ; c'est l'entreprise *Safran* qui va fournir les terminaux biométriques, et *Gemalto* les passeports biométriques[372] (le logiciel de *Safran*, *MetaMorpho*, est habilité par le NIST, le FBI et Interpol)[373]. Le second objectif fait craindre aux défenseurs des libertés individuelles en Inde que cet identifiant soit associé à des attributs de race, de religion ou de caste, ou qu'il soit récupéré par la Sécurité nationale à des fins de lutte contre le terrorisme. Le troisième objectif renvoie à des pratiques déjà repérées par le chercheur sud-africain Keith BRECKENRIDGE : la tendance à l'identification des classes défavorisées, par les gouvernements de pays en voie de développement, avec l'aide d'industriels de pays développés, à

369 <digital.cabinetoffice.gov.uk/category/id-assurance>, et notamment <digital.cabinetoffice.gov.uk/2012/05/29/identityassurance-goes-to-washington>.

370 *Secure idenTity acrOss boRders linKed* 2.0. Le consortium est piloté par ATOS S.A. : les partenaires français sont Cassiopean (filial EADS) et le GIXEL. Il s'agit néanmoins d'un projet financé par l'Europe, <www.eid-stork2.eu>

371 Article du journaliste Vince BEISER publié dans le magazine Wired, aout 2011, <www.wired.com/magazine/2011/08/ff_indiaid/all/1>

372 <www.gemalto.com/php/pr_view.php?id=390>

373 <www.morpho.com/evenements-et-actualites-348/presse/mahindra-satyam-et-morpho-selectionnes-en-inde-pour-le-programme-de-nouvelle-generation-numero-d-identification-unique>. Les logiciels et appareils de Morpho sont en général très bien considérés dans le secteur : ils équipent la plupart des aéroports internationaux et des postes-frontières. Reconnus par l'Agence israélienne de sécurité, ils participent au dispositif de la *Security fence* autour de Jerusalem.

des fins avouées de commerce et de démocratie (les deux allant de pair), mais dont la pratique renvoie à la ségrégation[374].

En France, la secrétaire d'État à la Prospective et à l'Économie Numérique, Nathalie Kosciusko-Morizet, avait proposé en février 2010 un projet ***IdéNum***, visant à remplacer « les 1001 mots de passe » par un identifiant unique, en fait un certificat électronique enregistré sur un support physique de type clé USB, téléphone, badge, etc.[375]. ***La Poste***, ***SFR***, ***Orange*** et la Fédération française de banque se sont présentés comme partenaires : si les trois dernières n'ont semble-t-il pas poursuivi leurs efforts, ***La Poste***, l'entreprise ***MyID.is*** et le CEREGE[376], ont mis en place ***Identic***, un système de certification d'identité numérique établi au guichet ou par la visite d'un préposé.

Si, dans l'absolu, la dimension pratique de tous ces dispositifs (NSTIC, IdA, STORK, ***Aadhar***, ***Identic***) semble incontestable, pour les individus comme pour les organisations, et si, au vu des discours libéraux qui les animent, les enjeux économiques paraissent également évidents (nous y reviendrons dans le prochain chapitre), la modélisation et la manipulation d'attributs identitaires par des acteurs privés ou publics, à l'échelle d'une nation, posent des questions d'ordre ontologique et sociopolitique. L'Histoire nous montre la performativité de tels dispositifs : revenir sur ces événements devrait permettre de prendre conscience de tels enjeux.

---

374 BRECKENRIDGE K., « Capitaliser sur les pauvres : les enjeux de l'adoption de services financiers biométriques au Nigeria », in CEYAN A., PIAZZA P. (dir.), ***L'identification biométrique. Champs, acteurs, enjeux et controverses***, Paris : éditions FMSH, coll. « PraTICs », 2011

375 Le projet ***IdéNum*** est placé sous la responsabilité de l'ANSSI, l'agence nationale de sécurité des systèmes d'information. Cette agence a mis à jour les procédures de sécurisation des infrastructures numériques française, dans le même esprit que si avait été fait pour le NSTIC, <www.ssi.gouv.fr/IMG/pdf/2011-02-15_Defense_et_securite_des_systemes_d_information_strategie_de_la_France.pdf>

376 ***MyID.is*** est une entreprise franco-israélienne fondée par Charles Nouÿrit : elle est spécialisée dans la certification électronique, et propose des services similaires à OpenID. Le CEREGE, laboratoire de gestion à l'université de Poitiers, est chargé d'un audit des usages. Nous avons rencontré Camille Alloing (doctorant CIFRE à ***la Poste*** et au CEREGE), Thomas Stenger et Alexandre Coutant (CEREGE, qui ont suivi le projet) et Charles Nouÿrit. Si pour ce dernier, le projet ***Identic*** fonctionne à l'échelon national, les chercheurs ont signalé les réticences des préposés au courrier, pour lesquels les procédures d'***Identic*** viennent se rajouter à toutes les charges qu'ils ont déjà à réaliser. À cause de cela, la vitesse de développement d'***Identic*** serait plus réduite que ne l'estime l'entrepreneur, depuis exilé au Canada. CdB, 31/05/2012 et 19/06/2012

3.3, La privatisation de l'institution nominale

A, La délégation du dispositif

Pour mener à bien leur travail sur les architectures informationnelles et la représentativité des logiques de classification, BOWKER & STAR s'étaient intéressé à plusieurs bases de données nationales ou transnationales : entre autres le système de classification ethnique appliqué par l'Afrique du Sud sous le régime de l'Apartheid. Cet exemple rejoint les travaux menés par SELTZER & ANDERSON : "***The Dark Side of Numbers***" (2001)[377]. Dans cet article, les auteurs se penchent sur le rôle qu'ont joué les systèmes statistiques dans les atteintes aux droits de l'homme (génocides, ségrégations).

Ces jeux de données ont été exploités lors de différents épisodes historiques. Aux Pays-Bas, un système a été conçu dès les années 30 pour suivre la population « ***from cradle to grave*** » (du berceau jusqu'à la tombe). Or c'est dans ce pays qu'on a noté le plus fort taux de déportation des Juifs pendant la Seconde Guerre mondiale (73%) : la base de données a en effet été récupérée par des partisans nazis néerlandais, qui se sont servis des données pour identifier et exterminer les membres de populations vulnérables. Aux États-Unis, le recensement de 1870 a servi à l'assimilation ou la ségrégation des Natifs américains. Celui de 1940 servira à identifier et interner les immigrés japonais après l'attaque de Pearl Harbour. S'il y a perversion de la finalité originelle des DI, d'autres dispositifs sont conçus explicitement avec l'intention d'exploiter des populations : la colonisation du Congo belge s'est accompagnée de l'apposition d'étiquettes de métal sur les ouvriers indigènes pour quantifier leur productivité (chapitre 1).

L'hypothèse des auteurs pour expliquer le détournement des BDD tiendrait dans le constat que « l'idéologie, le patriotisme et la peur semblent moins décisifs pour déterminer une complicité que l'opportunisme bureaucratique et le zèle professionnel ». Ils relèvent aussi l'incompétence ou l'insouciance des utilisateurs dans le traitement des données (comme dans le CSU). Nous nous sommes entretenus avec une correspondante Informatique et Libertés (CIL de la CCI Grenoble)[378]. Elle témoigne qu'aujourd'hui, en entreprise, de nombreux traitements informatiques

[377] ANDERSON M., SELTZER W., "***The Dark Side of Numbers : The Role of Population Data Systems in Human Rights Abuse***", ***Social Research***, vol.68, n°2, 2001. Cet article a plusieurs fois été avancé dans des conférences et des échanges avec Jacques PERRIAULT, CdB 24/06/2009. Voir également les recherches menées par DESROSIÈRES A., ***La politique des grands nombres. Histoire de la raison statistique***, Paris : La Découverte, 1993

[378] CdB, 05/05/2011

sur des données personnelles sont faits en dépit de la Loi de 1978 (interconnexion des traitements) ou du bon sens (« envoi d'un fichier complet de tableur alors que seules quelques colonnes – quelques champs – auraient suffi »). Dans le même registre, les applications de plateforme (***Facebook***, ***iTunes***, ***Google Play***) disposent d'un accès aux données des utilisateurs largement disproportionné par rapport à leurs finalités. Aujourd'hui encore, le côté sombre des chiffres peut resurgir : sans parler des failles de sécurité et des attaques pirates, des jeux de données personnelles anonymisées sont vulnérables, certains logiciels de prospection commerciale disposant d'algorithmes de désanonymisation[379]. Enfin, dans le domaine du renseignement[380], les logiciels de fouilles de données ouvertes en cours de déploiement peuvent aussi amener à un certain nombre de dérives, et d'interrogations :

> « Étant donné que le système HERISSON constitue un outil neutre de surveillance, ce n'est que par son emploi qu'il pourrait devenir un instrument attentatoire aux droits et libertés fondamentaux. D'une part, les autorités compétentes pour l'utiliser seraient capables de l'instrumentaliser et le détourner contre les droits individuels. Et d'autre part, c'est à travers une loi elle-même dangereuse pour les libertés individuelles, qui encadrerait son usage, que cet outil seulement pourrait constituer un risque pour les droits fondamentaux des citoyens », (DENIS, 2007 : 222)

Il faut ici se souvenir des deux vagues médiatiques relatant les fuites du STIC (Système de Traitement des Infractions Constatées) : la première en octobre 2008, les fiches d'artistes sont divulguées par le journal bakchich.info, la seconde en janvier 2013 par des particuliers. Dans les deux cas, il s'agissait de montrer la vulnérabilité du fichier ainsi que les défauts de véracité et de légalité des informations contenues. Suite à la première série de divulgation, la CNIL avait auditée le STIC et jugée que seule 17% des fiches étaient véridiques[381].

Il apparait ainsi que systématiquement, sans présager des intentions des concepteurs ou propriétaires, dès qu'un opérateur est autorisé à manipuler un dispositif identitaire, des cas de

379 ACQUISTI A., GROSS R., "***Predicting Social Security Numbers from Public Data***", ***Proceedings of the National Academy of Science***, vol.27, n°106, 2009 : 10975-10980

380 Périclès (gendarmerie nationale) ou HERISSON (Direction Générale de l'Armement). Voir chapitre 1, section 2.3C, L'ennemi global, note n°125 et DENIS C., « Le système HERISSON », in SÉGUR & LABROT, ***Un monde sous surveillance ?***, 2007, ***op. cit.***

381 Conclusions du contrôle du système de traitement des infractions constatées (STIC), Rapport remis au Premier ministre le 20 janvier 2009, <www.cnil.fr/fileadmin/documents/approfondir/dossier/Controles_Sanctions/Conclusions%20des%20controles%20STIC%20CNIL%202009.pdf>

mésusage apparaissent (fabulation dans le CSU, sollicitations commerciales non désirées dans les plateformes d'applications, ségrégation et génocide dans les statistiques nationales). Étant donné la récurrence de ces pratiques, et le volume de données que certains DI seront amenés à traiter, il convient d'appréhender des projets comme *Aadhaar* (surtout dans un système de caste en contexte multiconfessionnel) ou le NSTIC (surtout avec le cadre réglementaire du *Homeland Security Act*) avec énormément de circonspection, plus en tout cas que n'invite à le faire la publiciste Claire DENIS dans son étude du système HERISSON :

> « Cependant, la menace que le système HERISSON soit dévoyé reste du domaine de la dénonciation paranoïaque dans un État tel que la France car la garantie première est que celui-ci sera utilisé par les entités étatiques de sécurité nationale, mais surtout encadré de manière démocratique. Bien que le cadre juridique n'ait pas encore été instauré [ni décret ni avis à la CNIL], nous pouvons légitimement penser et espérer que le programme fera l'objet d'un contrôle strict et de garde-fous adéquats, afin d'éviter que celui-ci n'engendre pas de *contraintes trop excessives* sur les libertés de chacun : il en va ainsi de sa crédibilité sociale et de sa validité démocratique », (222-223, *op. cit*, *nous soulignons*).

B, La structuration des industries de certification d'identité

La délégation du traitement à des opérateurs, ou la récupération des jeux de données par des tiers, manifeste une première forme d'appropriation des données personnelles. Une seconde forme se caractérise aussi dans la délégation du pouvoir régalien de l'institution nominale, non pas à des agents, mais à des acteurs du secteur privé[382]. Des entreprises, parfois étrangères, sont habilitées par l'État à collecter, traiter et conserver les données personnelles des citoyens.

> « Imaginons un instant que notre état civil ne soit plus désormais tenu par l'État mais par une agence privée, ou par les Mormons. Les bouleversements sociaux, culturels et subjectifs provoqués par un tel transfert de compétences ne nous apparaîtraient-ils pas profonds et ne ressentirions-nous pas une certaine ambivalence devant ce nouveau

[382] Cette délégation de certification d'identité à des entreprises privées existait déjà avec les notaires (avec les actes de famille), mais la structuration et le dimensionnement de leurs activités est incomparable avec celles des entreprises que nous allons citer.

> serveur d'identité ? En nous soumettant à de telles emprises, nous donnons au pouvoir instituant et à lui seul celui de nous reconnaître, lequel, en contrepartie, nous donne une place dans le monde. Qu'en faisons-nous ? Là devrait commencer l'enquête », (GOTMAN, 2008)

À travers les études de cas que nous avons présentées, nous pouvons déjà confirmer l'intuition de la sociologue Anne GOTMAN : l'espace de noms est en passe de devenir la propriété d'entreprises, à tout le moins celles-ci sont en passe d'avoir une influence sur les ontologies.

Nous ne proposons pas d'en dresser ici le panorama complet, mais simplement d'en présenter les acteurs dominants ce secteur d'activité, et les stratégies financières et commerciales qu'ils mettent en place afin de structurer le domaine.

Les entreprises françaises sont particulièrement actives[383] :

- à l'intérieur du groupe ***Safran***, ***Sagem Défense Sécurité*** (surveillance militaire et civile des territoires, des frontières et des sites sensibles)[384] et ***Morpho*** (identification multibiométrique, cartes d'identité et certificats électroniques)[385] ;
- à l'intérieur du groupe ***Thales***, ***Thales Services*** (ingénierie informatique de surveillance et sécurité militaire et civile) et ***Thales Communication & Security*** (sécurité urbaine & civile) [386] ;
- à l'intérieur du groupe ***Schneider Electric***, entreprise ***Pelco***, rachetée en 2008 et l'un des leaders mondiaux en vidéosurveillance (sécurité et surveillance des bâtiments)[387] ;

---

383 Une maitrise des technologies qui en fait un argument politique lors des débats législatifs sur l'adoption d'une nouvelle carte d'identité électronique et biométrique : ainsi s'exprime le rapporteur du projet sur le « fichier des honnêtes gens », Philippe Goujon (UMP) « Les principales entreprises mondiales du secteur sont françaises, dont 3 des 5 leaders mondiaux des technologies de la carte à puce, emploient plusieurs dizaines de milliers de salariés très qualifiés et réalisent 90 % de leur chiffre d'affaires à l'exportation. Dans ce contexte, le choix de la France d'une carte nationale d'identité électronique serait un signal fort en faveur de notre industrie ». Rapport fait au nom de la commission des lois constitutionnelles, de la législation et de l'administration générale de la République sur la proposition de loi (n° 3471), adoptée par le Sénat, relative à la protection de l'identité », Paris : Assemblée nationale, 2011

384 <www.sagem-ds.com/spip.php?rubrique290&lang=fr>

385 Créée en 1982, rachetée par ***Sagem*** puis intégrée à Sagem Sécurité, avant de donner naissance à son tour au groupe ***Safran***. <www.morpho.com/identification/?lang=fr> et <www.morpho.com/e-documents/?lang=fr>.

386 ***Thales***, anciennement ***Thomson-CSF***, récupère la branche sécurité-défense d'***Alcatel***, anciennement ***Alcatel Alsthom*** (émanant respectivement de la ***Compagnie Générale des Eaux*** et de ***Thomson***), <www.thalesgroup.com/cybersecurite>, <www.thalesgroup.com/Markets/Security/What_we_do/Sécurité_du_citoyen>, <www.thalesgroup.com/Markets/Security/What_we_do/Solutions/Identity_management_and_access_control>. ***Thales*** a développé la plateforme électronique d'écoute judiciaire du Ministère de la Justice, <www.slate.fr/story/43717/thales-ecoutes-judiciaires>. Une technologie comparable à celle que l'entreprise ***Amesys***, filiale du groupe français ***Bull***, a vendu à la Lybie, <owni.fr/2011/12/01/spy-files-interceptions-ecoutes-wikilleaks-qosmos-amesys-libye-syrie>

- *Ingenico*, leader dans les terminaux de paiement (depuis son rapprochement avec *Sagem Monetel* et le rachat de la filiale terminaux de *Bull*) ;
- *Oberthur Technologies*[388], un des leaders mondiaux de l'impression de titres d'identité et de certificats électroniques (carte *Vitale* v.1 produite par la filiale *Xiring*, cartes bancaires, cartes SIM, permis de conduire, badges d'entreprise) ;

L'un des premiers points saillants dans les activités et les offres de ces entreprises est l'articulation entre des clients militaires et civils : les mêmes produits et technologies équipent les deux domaines. Ainsi, les drones (avion sans pilote ; *Safran* et *Thales*), équipant au départ les armées, puis les polices et les douanes, sont aujourd'hui exploités pour la sécurité des sites sensibles privés et par les paparazzis[389]. **De la même manière que le processus de transfert dans le domaine privé est appelé privatisation, nous pourrions alors, à propos du transfert du domaine militaire vers le domaine civil, parler d'un processus de civilisation de la surveillance**. Deuxième point : cette industrie est d'abord concentrée sur la production de matériels et supports, alors que l'industrie de la réputation que nous présenterons dans le prochain chapitre se concentre sur des processus et des contenus[390]. Ainsi, en devenant une société anonyme, *L'Imprimerie nationale* a la possibilité de produire des titres nationaux certifiés pour d'autres États : ce fut là l'une des premières étapes significatives de cette privatisation[391].

Des entreprises étrangères sont des concurrentes directes de ces groupes, ou alors dominent d'autres marchés liés à l'identification :

---

387 <www.schneider-electric.fr/sites/france/fr/societe/profil/histoire/pelco.page>

388 <www.oberthur.com/content/179/identity>. La partie carte à puces provient d'un partenariat avec *Bull*, dans une entité nommée *Oberthur Card Systems*, aujourd'hui renommée *Oberthur Technologies*.

389 <www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/jan/22/drones-paparazzi-ethics-privacy-america>

390 À propos des industries culturelles, Bernard MIÈGE notait la convergence suivante : « Après avoir mis l'accent dans un premier temps sur les convergences entre les communications militaires (mises en place pour soutenir les guerres) et les industries mondialisées du divertissement, dans un deuxième temps sur les connexions entre les systèmes numérisés et les politiques nationales de sécurité et de surveillance, on se doit maintenant de suivre de près le développement des plateformes, celles-ci n'étant pas seulement un modèle nouveau d'exploitation des contenus informationnels et culturels mais avant tout un mode puissant de structuration de ces mêmes contenus comme des échanges communicationnels », (Miège, 2010 : 161)

391 Depuis le 1er janvier 1994, L'imprimerie nationale est le *Groupe Imprimerie nationale S.A.*, une société anonyme de droit privé à capitaux d'État (seul actionnaire). L'appel d'offre pour la personnalisation des passeports biométriques, ayant d'abord été attribué à *Oberthur*, le Conseil d'État a fait valoir le monopole de *l'Imprimerie nationale*, qui a hérité du marché. La procédure est maintenant poursuivie dans la Cour européenne. *Oberthur* comme *l'Imprimerie nationale* sont aussi en concurrence sur d'autres marchés étrangers, <www.imprimerienationale.fr/fr/produits-services/authentification-des-personnes-et-des-biens/passeport-electronique-et-biometrique.html>. Fonctionnaire à la Commission européenne (Direction générale Justice, liberté et sécurité), Gérard BEAUDU a montré dans un numéro de *Cultures & Conflits* l'externalisation par les consulats du traitement des visas confié à des entreprises privées : BEAUDU G., « L'externalisation dans le domaine des visas Schengen », *Cultures & Conflits*, 68 | 2007, 85-109.

- le groupe *Gemalto* (Pays-Bas) est leader dans le domaine de carte à puce (cartes SIM, terminaux de paiement, certificats électroniques, processus d'authentification en entreprise, cartes d'identité, permis de conduire et passeports biométriques, carte *Vitale* v.2, billettique et transports avec le *Pass' Navigo* et *l'Oyster Card*, *London Underground*)[392] ;
- *VeriFone* (États-Unis) est leader dans la sécurité des réseaux téléphoniques et la chaine de paiement électronique : rachat de la branche terminaux de paiement à *Gemalto*. Anciennement *Hewlett-Packard*, l'entreprise est la propriété du *Gores Group*, qui a racheté *Hypercom* (Australie), *Sagemcom* (la filiale terminaux de communication de Sagem). C'est le concurrent direct d'*Ingenico* ;
- Le groupe *Symantec* (États-Unis) est leader dans la sécurité informatique et la protection des données (marché domestique, professionnel et gouvernemental) après les rachats de *Norton Antivirus* et *Verisign*[393].

Il n'est pas utile de développer plus loin ce panorama : le troisième point saillant que nous voulons faire ressortir se situe dans les relations historiques et financières entre des entreprises concurrentes : ainsi en va-t-il de la généalogie commune d'*Ingenico* et *VeriFone* (avec *Sagem*), et de leur partenariat dans un projet comme *Google Wallet* (le porte-monnaie électronique de *Google*). Ce dernier rassemble d'ailleurs de nombreux partenaires concurrents : *MasterCard* et *Visa* par exemple. En effet, le secteur bancaire est directement concerné par l'authentification, et investi dans les entreprises de ce secteur. Square est par exemple une entreprise fondée par Jack Dorsey, créateur de *Twitter*, et qui cherche à se positionner comme équipementier dans le micropaiement par téléphone mobile. *Visa* est l'un de ses investisseurs, avec *Sequoia Capital*[394] ou la chaine de restaurants *Starbucks*, mais l'on trouve surtout des *business angels* comme Richard Branson (*Virgin*), Marissa Mayer (ancienne vice-présidente de *Google*, CEO de *Yahoo!*), Dennis Crowley (fondateur de *Foursquare*), Kevin Rose (fondateur de *Digg*), Joshua Schachter (fondateur de *del.icio.us*, racheté par *Yahoo!*), Shawn Fanning (fondateur de *Napster*), Esther Dyson (une des plus importantes

[392] Né de la fusion de *Gemplus* (entreprise française) et d'*Axalto* (filière du pétrolier *Schlumberger*), <www.gemalto.com/france/secteur_public/id_solutions/case_study.html>

[393] <www.symantec.com/user-authentication>. *Symantec* a racheté *Global Name Registry*, la seule entreprise à vendre des noms de domaine en `.name`.

[394] L'une des principales firmes de capital-risque en informatique et télécommunications, <www.crunchbase.com/financial-organization/sequoia-capital>. *Visa* et *Sequoia* sont aussi au capital de *Paypal*, propriété d'*eBay*, ainsi que *Nokia*, *ING Group*, le *Crédit Agricole* et *Goldman Sachs*.

investisseuses de la ***Silicon Valley***), Xavier Niel (***Iliad/Free***). Nous développerons dans la III^{ème} partie la sociologie configurationnelle des acteurs de cette industrie.

Conclusion du Chapitre 2

Parler d'un double échelon de l'écosystème identitaire permet d'appréhender le traitement des données personnelles à un niveau individuel (la modélisation, l'empreinte numérique) et politique (la production et certification d'identités).

L'objectif de modélisation d'une réalité (naturelle ou sociale) passe irrémédiablement par un double processus de classification et d'atomisation, dont on trouve trace dans le choix fait du plus petit dénominateur commun. Quel que soit le paradigme de données adopté (modèle relationnel, objet ou sémantique), un modèle conceptuel prédétermine les réseaux socionumériques et structure les interactions qui peuvent s'y nouer : seul ce qui se trouve dans le dictionnaire de données, le modèle sémantique, l'espace de nom, le vocabulaire, l'ontologie peut exister dans un tel système. La conscience de créer un monde clos invite alors les concepteurs à potentialiser la représentativité des langages formels : le vœu d'universalité anime aussi bien les ingénieurs d'entreprise commerciale que de projets collaboratifs (*Facebook*, W3C).

Un tel projet implique une multitude d'acteurs : entre l'initiateur singulier et l'utilisateur final, des ingénieurs, experts en marketing, informaticiens, opérateurs, à l'intérieur des organisations ou des plateformes ou à l'extérieur, contribuent à la chaine éditoriale de l'énonciation de soi. Les fonctionnalités qu'ils déploient dans l'espace de production et qu'ils encouragent par un discours libéral donnent lieu à des formes d'appropriation des productions éditoriales, de même que de leur condition de réception. Ainsi, l'élément de la vie personnelle (saisi dans un formulaire) devient objet informationnel (saisi par le formulaire, inscrit dans le modèle conceptuel de la BDD, manipulé par les instructions des serveurs). Chacun de ces objets informationnels est lié par une dépendance fonctionnelle à un identifiant unique. Toutefois, l'appropriation informationnelle par le titulaire est modérée par le modèle éditorial du dispositif : même en fournissant les instructions de traitement, *Facebook* reste le maitre absolu de son espace de noms, alors que *WordPress* laisse aux utilisateurs (expérimentés) la possibilité de créer autant de prédicats descriptifs qu'ils en requièrent. Le centre de supervision urbaine permet de mettre en lumière la part d'interprétation (et de mésinterprétation) de la part de tiers opérateurs coupés à la fois du modèle conceptuel et du contexte d'énonciation. Quoi qu'il en soit, **nous pouvons considérer le moniteur** (de n'importe quel dispositif identitaire) **à la fois comme un espace de production et de réception, autrement dit un espace de médiation des données personnelles : cette médiation peut être marchande, institutionnelle ou intersubjective**. En se situant du côté du titulaire,

l'agrégation des données produites dans cet espace de médiation et médiatisation constitue le premier échelon de l'écosystème identitaire.

Le deuxième échelon de l'écosystème se situe au niveau de la production, l'attribution et la gestion des identifiants au niveau national. Si chaque exemple local prend racine dans un substrat politique et historico-culturel spécifique (une acception traditionnelle, voire doctrinaire, de la vie privée), ils mettent tous en œuvre des formes de délégation de l'institution nominale. Historiquement, il appartient aux pouvoirs publics de définir l'espace de noms des concitoyens : la première phase de délégation opérationnelle de cette institution aux agents administratifs a conduit à des dérives lourdement préjudiciables pour des populations vulnérables (ségrégations et génocides). Une deuxième phase de délégation s'est mise en œuvre en confiant à des intérêts privés la conceptualisation et la gestion des identifiants nationaux. Cette privatisation conduit à la consolidation d'un oligopole d'entreprises, dont les activités industrielles appartiennent également au domaine militaire, permettant ***de facto*** une civilisation de la surveillance.

Toutefois, si l'espace de noms que choisit une autorité appelle à la vigilance en regard des multiples enjeux que ce choix recouvre, la même vigilance est requise à propos du pouvoir adamique du chercheur et de l'espace de noms dans lequel il situe ses notions. Le choix d'un terme comme « écosystème » est en effet particulièrement connoté. Lié historiquement à l'écologie et à une lecture systémique de l'environnement, il s'inscrit dans un paradigme structuraliste, déterministe, où, selon la formule consacrée, « un battement d'aile peut provoquer un cyclone ». Il est frappant de retrouver cet écosystème dans une stratégie de sécurisation du cyberespace (le NSTIC) : ainsi, dans ce cadre de pensée, l'architecture info-techno-politique serait à elle seule capable de réduire les aléas psychosociaux, les agents de ces derniers (autrement dit les hommes) devant alors se retrouver sous le contrôle des agents de l'architecture. Nous ne pouvons souscrire à une telle perspective, tant les présupposés qu'elle induit et les effets qu'elle déduit nous semblent réducteurs eu égard aux réalités observées. Pour autant, la déconstruction du terme « éco-système » nous amène à concevoir deux acceptions conjointes, en référence à l'écologie et à son caractère homéostatique et en référence à la notion de système et à son caractère globalisant. Même quand ils font appel à la vigilance, les chercheurs qui analysent ces architectures restent toujours sous l'emprise de ce paradigme : ainsi RUHLEDER & STAR, en éclairant les architectures informationnelles, appellent de leur vœu « une écologie de l'infrastructure », (2010). LIVINGSTONE *et al.* définissent comme une « écologie » le complexe de contextes qu'elles souhaitent analyser.

Cependant, nous rejoignons le chercheur basque espagnol Juan Carlos Miguel DE BUSTOS quand il s'interroge sur la pertinence du terme « écosystème », jugé trop « cyber »[395]. Se demandant si l'on peut établir un modèle économique sur la base d'un modèle biologique, il propose plutôt de considérer l'écosystème comme une métaphore conceptuelle (au sens de LAKOFF & JOHNSON) ; il complète en montrant les travaux de FROSCH & GALLOPOULOS sur l'écosystème industriel (tout matériel se recycle)[396], ou ceux de ROTHSCHILD sur les ***bionomics***[397]. Dès lors, si le terme écosystème n'est pas apte à qualifier des configurations sociales, car trop déterministe, il pourrait par contre servir à analyser la réalité économique des stratégies d'entreprise œuvrant dans le domaine du traitement des données personnelles.

[395] J. C. M DE BUSTOS a été l'hôte de la chaire Unesco, hébergée par le GRESEC, durant l'année 2011-2012. À travers le séminaire qu'il a animé sur l'économie des GAFA (***Google***, ***Apple***, ***Facebook***, ***Amazon***), et les nombreux échanges que nous avons eu (nos bureaux sont voisins), ces questions sont souvent revenues : CdB 06/02/2012, 22/03/2012, 26/03/2012, 29/03/2012, 30/03/2012, 09/04/2012. De même, il travaille à la remise en cause du principe de chaine de valeur dans l'énonciation éditoriale, jugée trop simple et linéaire par rapport à la réalité industrielle

[396] FROSCH R. A., GALLOPOULOS N. E., "***Strategies for Manufacturing***", ***Scientific American***, n°261, 1989, p.144 - 152

[397] « Les systèmes biologiques et économiques doivent leur similarité de forme à leur similarité de fonction. Dans la nature, les organismes convertissent des informations génétiques en tissus. Dans l'économie, les organisations transforment des informations technologiques en produits. Puisque les deux domaines d'information sont contraints par des ressources limitées, ils ont élaboré des voies semblables pour transformer efficacement des ressources en plus d'informations », ROTHSCHILD M. L., ***Bionomics: Economy As Ecosystem***, Paperback, 1995

Chapitre 3

LES DONNÉES PERSONNELLES AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE DE LA RÉPUTATION

« L'harmonie carrée
des rangs de numéros gris-bleu »
Eugène ZAMIATINE[398]

L'espace de médiation des données personnelles peut être analysé soit – parce qu'il est médiation – de façon pragmatique et interindividuelle (ce que les individus font avec), soit – parce qu'il est espace et dispositif – de façon marchande et industrielle (ce que les entreprises font avec). Le concept de réputation permet de se situer à l'intersection de ces approches. Ainsi, nous postulons que la réputation s'inscrit en complément du cadre épistémique de l'institution nominale (chapitre un) : les dispositifs identitaires attribuent un nom à une entité, l'inscrivant dans le cadre déterminé de leur espace de noms. Cependant, cette inscription ne permet pas d'éviter les anomalies dans le cadre participatif : dans la logique accusatoire, l'identification vient après l'acte ; même dans la logique assurantielle où l'identification précède l'acte, elle n'empêche pas les erreurs, les fautes, les délits. D'une part en raison de la faillibilité des systèmes d'identification, d'autre part en raison du caractère non systématique d'une telle démarche dans une société aussi dense que la nôtre. C'est pour ces raisons qu'émergent des projets comme le NSTIC. Mais les arguments critiques portés contre de tels projets signalent que l'identification nominale n'est pas le seul critère d'engagement dans un cadre participatif : la question de confiance est au cœur des interactions, entre les individus, et entre les individus et les organisations. Cette confiance est toutefois l'objet d'une tentative d'encadrement, voire de modélisation : à l'intérieur du cadre général de confiance défini par le NSTIC, les *Trustmarks* sont les indicateurs que l'usager peut avoir dans les composants et les partenaires du *Trust Framework*. Ainsi, **le nom seul n'est pas suffisant pour s'engager dans une interaction : un autre attribut détermine le cadre participatif, celui de la réputation**.

[398] ZAMIATINE, 1971 : 19

Dans un rapport de co-dépendance fonctionnelle (ou interdépendance) avec le nom, la réputation pourrait être considérée comme une donnée personnelle dans la mesure où il serait possible de la traduire en objet informationnel, c'est-à-dire en passant par une atomisation, une énonciation éditoriale et un secteur d'activité qui lui soit propre (chapitre deux). L'objectif de ce chapitre est 1), de construire un chainage allant d'une herméneutique des faits et gestes d'une entité (individuelle ou organisationnelle), en l'occurrence partir d'une approche phénoménologique, pour en venir aux différents procès d'une économie informationnelle de la réputation (et retour : des grammes aux phénomènes) ; 2), de comparer ces procès avec la grille de lecture des industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC), de manière à montrer la complémentarité avec la combinaison des industries de la certification d'identité et de la réputation (ICIR) ; 3), de montrer les enjeux ontologiques et socioéconomiques du cadre idéologique des oligopoles info-réputationnels à travers la double contrainte des prescriptions des réseaux socionumériques.

1. La représentation de l'être et de l'agir entre sèmes et phénomènes

1.1, La phénoménologie de la réputation

Si la réputation, en contexte numérique, se voit accompagner d'une offre commerciale et de discours sociaux radicalisés, il ne faut pas oublier qu'en tant que concept, elle a été étudiée depuis fort longtemps dans de nombreuses disciplines[399].

En politique, la réputation du *Prince* est un élément stratégique que N. MACHIAVEL (1532) encourage à préserver (chap. XXI, « *Quod principem deceat ut egregius habeatur*, Comment doit se comporter le Prince s'il veut être estimé ?»)[400]. Dans le *Léviathan* (1651) [401], Thomas HOBBES en fait un élément de pouvoir naturel chez l'homme (chap. X).

[399] Cette section se base sur la communication que nous avons présentée avec Camille ALLOING dans ALLOING C., PIERRE J., « Construire un cadre d'analyse avec les SIC pour comprendre les pratiques et les enjeux de la réputation en ligne (des individus et des organisations) », *XVIIIème Congrès de la SFSIC*, Rennes 2012. À paraitre dans les Actes.
[400] MACHIAVEL N., *Le Prince*, Paris : J'ai lu, (1532), 2004

C'est surtout dans l'articulation entre le droit et l'économie que se trouvent les principaux travaux sur la réputation. Adam SMITH a, plusieurs fois[402], signalé la nécessité pour le marchand d'entretenir sa réputation relativement aux transactions qu'il menait, en contrepartie, la réputation devient un facteur d'approbation par le client : l'auteur considère alors la réputation comme une finalité morale, voire politique[403]. L'approche libérale de SMITH va donner lieu à une nombreuse littérature pendant le XX^{ème} siècle et après[404] : dans le courant de l'école de Chicago[405], dans la théorie du capital social[406], dans la socioéconomie des mondes de l'art[407], dans la théorie des jeux[408], enfin dans les sciences de gestion[409]. Si la dimension stratégique domine toutes ces approches, elles échouent cependant à postuler un rationalisme absolu dans les démarches individuelles : le mécanisme cognitif, et derrière lui l'ancrage affectif[410], de la réputation en fait un processus difficilement modélisable et opérationnel[411].

C'est donc en se débarrassant de tout positivisme et en retournant aux origines du processus qu'il est possible de comprendre la réputation. Gloria ORIGGI, chercheuse en SIC, raconte l'observation qu'elle a menée dans un colloque scientifique, au moment où les chercheurs discutent de manière

---

401 HOBBES T., ***Léviathan***, Paris : Gallimard, coll. « Folio », (1651), 2000, <classiques.uqac.ca/classiques/hobbes_thomas/leviathan/leviathan.html>

402 « Un négociant respecte scrupuleusement chacun de ses engagements parce qu'il a peur d'entacher sa réputation. […] En revanche, lorsqu'une personne négocie rarement avec une autre, elle peut être incitée à tricher car les gains justifieront largement une légère détérioration de sa réputation », SMITH A., ***Lectures on Police, Justice, Revenue, and Arms***, New York : McKelley, (1723), 1964. Voir aussi SMITH A., ***Théorie des sentiments moraux***, Paris : PUF, coll. « Quadrige », (1759), 2011, <www.ibiblio.org/ml/libri/s/SmithA_MoralSentiments_p.pdf>

403 « La participation à la vie publique... suppose une certaine reconnaissance sociale, (...) "pour apparaitre en public sans avoir honte" », Adam SMITH, cité par A. HONNETH, cité par MIÈGE, 2010 : 198)

404 SHEARMUR J., KLEIN D. K., "***Good Conduct in a Great Society : Adam Smith and the Role of Reputation***", in Klein D.K. (dir.), ***Reputation. Studies in the volountary elicitation of good conduct***, Ann Arbor : University of Michigan Press, 1997, <ssrn.com/abstract=464023>

405 POSNER R., ***Cardozo - A Study in Reputation***, Chicago : The University of Chicago Press, 1990

406 Chez BOURDIEU, la réputation appartient au capital symbolique. Voir aussi VANBERG V., ***Rules and Choice in Economics***, London : Routledge, 1994. MERTON R. K., "***The Mathieu Effect of Science***", ***Science***, n°159, 1968, p.56-63. « Car on donnera à celui qui a, et il sera dans l'abondance, mais à celui qui n'a pas on ôtera même ce qu'il a », ***Mathieu 13:12***. Cette sentence, théorisée dans le cadre de la sociologie des sciences, puis de la scientométrie, explique pourquoi les récompenses et les citations vont toujours aux chercheurs émérites, même quand les travaux ont été réalisés par leurs disciples ou par des isolats.

407 BECKER H., ***Les mondes de l'art***, Paris : Flammarion, (1988), 2006. BOURDIEU P., ***Les règles de l'art***, Paris : Seuil, 1992. HEINICH N., ***L'élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique***, Paris : Gallimard, 2005.

408 WEIGELT K., CAMERER C., "***Reputation and corporate strategy: A review of recent theory and applications***", ***Strategic Management Journal***, n°9, 1988.

409 Pour FOMBRUN, la réputation d'une entité est « la représentation collective de [ses] action », FOMBRUN C.J., ***Reputation: realizing value from the corporate image***, Cambridge : Harvard Business School Press, 1996

410 CHUN R., DAVIES G., "E-***reputation : The role of mission and vision statements in positioning strategy***", ***The Journal of Brand Management***, vol.8, n°4, mai 2001 : 315-333

411 La théorie de la reconnaissance d'Axel HONNETH aborde également les questions de réputation, dans la confirmation performative de nos propres actes et valeurs, HONNETH A., ***La lutte pour la reconnaissance***, Paris : Cerf, (1992), 2000. Nous reviendrons sur cette philosophie dans la II^{ème} partie, (chap. 6, section 3.2) à propos de la confusion entre autoréalisation et autoréification, et de la lecture qu'en fait Fabien GRANJON.

informelle, et où les affinités (affectives, scientifiques, locales, politiques) construisent des micros groupes de conversation[412]. Ainsi analyse-t-elle ce genre de groupe :

> « Une configuration sociale d'autorité épistémique que j'étais capable de détecter grâce à un nombre d'indices très différents les uns des autres. Parmi les indices les plus informatifs, le jugement que les ***insiders*** portent sur la valeur d'un individu particulier m'informe instantanément sur sa valeur. », (ORIGGI, 2007).

C'est donc sur la base d'une perception indicielle de relations extérieures à elle qu'elle subodore une valorisation de chaque actant : « la réputation, dit-elle est la valeur informationnelle de nos actes »[413], tout en tenant compte que ces valeurs ne sont valables qu'en contexte. Nous nous situons alors dans le cadre de la phénoménologie constructiviste d'A. SCHÜTZ, c'est-à-dire dans la possibilité d'une interprétation des phénomènes issus de la réalité sociale, et dans les vœux de l'épistémologue, d'une interprétation des intentions de l'acteur[414]. La réputation serait alors une activité herméneutique inhérente à la construction du sens, et « à une modification de l'identité de l'acteur qui construit du sens »[415]. Il y a donc une double hypothèse dans cette appréciation de la réputation : une hypothèse phénoménologique, propre au paradigme constructiviste, et permettant de considérer la réputation comme une connaissance[416] ; et une hypothèse téléologique, relevant du même paradigme, considérant la finalité de la réputation comme un indicateur d'engagement[417]. Deux hypothèses qui se situent respectivement dans l'espace de production et de réception : un processus cognitif partant de la perception des phénomènes et les traduisant en connaissances dans un contexte donné, puis l'interprétation de ces connaissances invitant à une prise de décision dans un contexte différent. En plus de se situer dans un espace de médiation, la réputation se situe également au cœur du complexe de contextes. Étant donné le caractère itératif des relations

412 ORIGGI G., « Un certain regard. Pour une épistémologie de la réputation », Atelier "Réputation". Fondation Olivetti, Rome, 2007

413 « La réputation est la valeur informationnelle de nos actions, la trace de notre conduite que nous laissons inévitablement dans les opinions des autres à chaque fois que nous interagissons avec le monde social, et qui oriente leurs actions vis-à-vis de nous. », (ORIGGI, 2007 : 3)

414 SCHÜTZ. A., ***Le chercheur et le quotidien***, Paris : Méridien Klincksieck, 1987

415 BLAIS M., MARTINEAU S., « L'analyse inductive générale : description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes », ***Recherches qualitatives***, vol.26, n°2, 2006 : 1-18

416 LE MOIGNE J-L., ***Les épistémologies constructivistes***, Paris : PUF, coll. « Que Sais-Je ? », PUF, 1995

417 VON GLASERSFELD E., « Introduction à un constructivisme radical », in WATZLAWICK P. (dir.), ***L'invention de la réalité***, Paris : Seuil, 1998 : 19-43

intersubjectives, la réputation se résumerait à la sédimentation de l'historique des interactions (ORIGGI, 2007)[418].

1.2, Les techniques info-documentaires de la réputation

Pour Y. JEANNERET (2011 : 61), « la trace exprime l'idée d'une matérialité affectée par un phénomène ». Nous proposons donc de décomposer le mouvement qui va du phénomène à la trace, et de voir les performances que chaque étape induit, de la réputation à la décision.

> « C'est en effet la transformation de l'indice en inscription, puis de l'inscription en tracé – c'est-à-dire le passage graduel du monde de la causalité en celui de l'expression – qui rend possible une lecture par les uns de ce que font les autres. C'est ce triple statut de la trace (indice, inscriptions et tracé) qui réalise la médiation entre des usages effectués et des usages anticipés. Il s'agit, non d'un phénomène naturel d'empreinte, mais d'un construit culturel qui tient à une élaboration documentaire », (JEANNERET, 2011 : 72)

Cette « élaboration documentaire » relève de différentes pratiques dans l'espace de production informationnel : collecte, documentarisation et computation participent chacune du cadre de fonctionnement des dispositifs identitaires, et leur présentation nous permettra d'en compléter l'analyse. Mais parce que les pratiques de computation ne relèvent pas exclusivement d'un « construit culturel », nous ajouterons en dernière instance un processus cognitif, extérieur donc à tout dispositif, et relevant quant à lui d'un « phénomène naturel » non pas d'empreinte, mais de « commensuration ». Cette approche quantitative de l'autre, comme de soi, nous invitera alors à reconsidérer l'articulation entre l'espace de réception qu'est la surveillance et l'espace de production qu'est la capture.

[418] L'auteure ajoute : « Mon idée c'est que la face goffmanienne est le "premier stade" de la constitution d'une réputation qui en est le versant "cognitif", c'est-à-dire la sédimentation dans un jugement de ce qu'on a perçu de la conduite sociale d'un autre. Une sédimentation qui se renforce avec le temps et la répétition des interactions », (ORIGGI, 2007 : 2). Nous verrons dans la IIème partie la dimension interactionnelle à laquelle il est fait référence ici.

A, La capture

Dans la boîte à outils de la réputation, la mise en place d'un dispositif de veille occupe une place centrale : si, dans un contexte économique concurrentiel, et dans un contexte numérique facilitant la diffusion virale des informations, il semble capital aux entreprises de surveiller ce que l'on dit d'elles en ligne, et dans les médias en général, les individus sont également invités à surveiller leur propre réputation, et notamment à se prémunir d'une possible mauvaise réputation. Ainsi, les outils qu'ils vont manipuler dans cet objectif s'apparentent à ceux déployés par les entreprises dans les plateformes de veille. S'agit-il pour autant de dispositifs de surveillance ? Dans quelle mesure d'ailleurs la logique de surveillance s'applique-t-elle également à la réputation ? Si pour l'entreprise les enjeux d'une veille se réfèrent à la clientèle, aux parts de marché, à la concurrence, les enjeux d'une veille au niveau individuel se réfèrent à une présence dans l'espace public, à des fragments d'expression issus de la vie affective et de la vie intime, bref des enjeux ontologiques. C'est en repartant de la fonction de moniteur fournie par l'espace de réception des dispositifs de surveillance que nous proposons de reconsidérer la fonction de collecte de l'espace de production.

Philip E. AGRE[419], professeur en ***Information studies*** à l'université de Berkeley, débute son argumentation avec la figure du panoptique (de BENTHAM à FOUCAULT) : si cette architecture réussit à satisfaire le vœu d'universalité (le gardien peut tout voir), c'est par la perlocution que tout ce qui se déroule dans l'espace de production est visualisé dans l'espace de réception, c'est par contre dans la conscience illusoire que tout acte sera médiatisé que s'applique la discipline. Or le gardien ne peut pas tout voir, le panoptique n'est pas parfait (seule son illusion compte). ***Big Brother*** serait déjà plus performant, estime l'auteur. La question de la collecte de tous les agissements dans cet espace reste donc irrésolue, et appelle au développement de nouvelles techniques de savoir (et de pouvoir, pour rester dans la dialectique de FOUCAULT). Les techniques de capture qui suivront permettront d'englober encore plus de données, néanmoins, pour l'auteur, il ne faut pas confondre surveillance et capture.

- la surveillance est une métaphore visuelle employée pour décrire un phénomène historico-culturel et où le traitement de la vie privée devient problématique. Les dispositifs de surveillance sont « non intrusifs » et « subreptices », associés à des territoires dans des logiques d'agrégation/ségrégation, et centralisés (comme dans les

[419] AGRE P., "***Surveillance and Capture: Two Models of Privacy***", WARDRUIP-FRUIN N., MONTFORT N. (dir.), ***The New Media Reader***, Cambridge : MIT Press, 2003, p.740-760

centres de supervision urbaine qui regroupent les écrans de vidéosurveillance). La finalité de ces dispositifs fait écho à l'idée de repérage d'une malveillance politique, et donc situé dans un paradigme ou sur un axe politique avec l'éthique comme horizon. Selon le côté du dispositif où l'on se situe, un espace surveillé peut être idéalement bon (une eutopie) ou mauvais (une dystopie[420]) ;

- le modèle de la capture est une métaphore linguistique (c'est-à-dire que les actions sont traitées selon un axe syntagmatique) employée pour décrire une pratique issue des systèmes informationnels, et où la vie privée n'est pas (considérée comme) une problématique puisque les activités humaines sont objectivement reconstruites avec des langages informatiques. Les dispositifs de capture sont associés à des catalogues (structure informationnelle) et décentralisés (sur des serveurs, des sites, des entreprises, etc.). La finalité de ces dispositifs fait écho à une approche logico-mathématique de la réalité physique, avec la vérité comme horizon. On ne cherche plus alors à distinguer ce qui est bon ou mauvais, mais ce qui est vrai ou faux, ce qui appartient ou non à la réalité.

Ce modèle de la capture se découpe en cinq étapes :

- analyse, que nous rapprochons du modèle sémantique ;
- articulation (modèle entité-association) ;
- imposition, ou modèle physique (choix du SGBDR), avec un modèle d'usage plus ou moins socialement accepté ;
- instrumentation, l'appareil devient dispositif politique ;
- élaboration, le dispositif devient performant en permettant l'analyse des résultats, le diagnostic des objets capturés (à comprendre comme objet informatique, mais aussi entité ontologique), et de manière causale prise de décision politique.

Ces cinq étapes, explique P. AGRE, reposent sur la méthode de WINOGRAD et FLORÈS[421], elle-même basée sur l'herméneutique existentielle d'HEIDEGGER (même si ce dernier – comme le

[420] Les productions de l'imaginaire (littérature, cinéma) fournissent nombre d'exemples d'eutopies/dystopies avec dispositif de surveillance : l'Océania de 1984 (ORWELL) en est aujourd'hui est l'archétype, la félicité naissant de la croyance en ***Big Brother***.

[421] Il s'agit d'une approche phénoménologique et cognitive au service des interactions homme-machine, intégrée au sein du projet de l'intelligence artificielle. Leurs travaux donneront naissance aux premiers ***groupware*** (notamment ***The Coordinator***). La méthode langage/action stipule qu'en se basant sur la performativité du langage, et en l'appliquant aux technologies de l'information, les langages informatiques devraient être susceptibles de générer de l'action (ou de la rétroaction), et non plus seulement des contenus. Voir WINOGRAD

signale AGRE – aurait réprouvé voir sa métaphysique mise en algorithme). Il y a ainsi un « raffinement ontologique » :

- ontologie à comprendre dans les deux sens du terme, philosophique et linguistique (l'être et la représentation de l'être) ;
- raffinement à comprendre par l'enrichissement d'un objet informationnel *via* ses attributs, métadonnées et prédicats, mais également par une véracité plus grande de ce qu'« est » l'entité ;

Un « raffinement ontologique » qui conduit à la production de petites unités d'information réplicables (conceptuellement proches des monades leibniziennes), et manipulables. Ainsi le modèle de la capture – en découpant la réalité en unités informationnelles – pourrait éclairer des systèmes (cette fois sociaux) sans se situer dans un paradigme moral ou une dichotomie eutopie/dystopie : "***the capture model is agnostic***"[422], nous dit AGRE (2003 : 752). Selon l'invitation de son auteur, il doit donc être considéré dans son contexte, notamment institutionnel : c'est là que se ferait la bascule.

Dans la lignée de la grammaire générative (CHOMSKY) et des travaux en intelligence artificielle (WINOGRAD & FLORÈS), AGRE adosse le modèle de la capture au concept de "***grammar of actions***", et à un processus de "***metrication***". Le premier signifie que l'agir est découpable, c'est-à-dire à la fois modulable en termes d'actions et catégorisable en termes de représentations. Le second signifie que ces actions donnent lieu à une mesure, c'est-à-dire l'inscription de l'action dans une échelle de valeurs quantitatives. Cette grammaire des actions nous semble résonner comme la grammatisation dont parle le philosophe B. STIEGLER en reprenant les travaux du linguiste S. AUROUX[423]. Pour ce dernier, la grammatisation désigne « le processus qui conduit à décrire et à outiller une langue sur la base des deux technologies qui sont encore aujourd'hui les piliers de notre savoir métalinguistique : la grammaire et le dictionnaire »[424]. Ce qui est aujourd'hui décrit et outillé est non pas une langue (et ses grammes) mais son actant : celui qui l'énonce (grammes identitaires, ou données à caractère personnel) ; ce qu'il énonce, son agir (grammes actanciels), et ce que cet acte de langage produit quand il se déroule dans une relation intersubjective, c'est-à-dire tout ce qui fait le social (sociogramme). Nous retrouvons ainsi la grammaire d'actions fournie par

T., FLORES F. ***Understanding Computers and Cognition: A New Foundation for Design***, Boston : Addison-Wesley Professional, 1986 ; WINOGRAD T., "***A Language/Action Perspective on the Design of Cooperative Work***", ***Human-Computer Interaction***, vol. 3, n°1, 1987-1988 : 3-30,
<hci.stanford.edu/winograd/papers/language-action.html>

[422] « Le modèle de la capture est agnostique »

[423] STIEGLER B., « Individuation et grammatisation : quand la technique fait sens... », ***Documentaliste-Sciences de l'Information***, vol. 42, n°6, 2005, p.345-360

[424] AUROUX S., ***La révolution technologique de la grammatisation***, Liège : Mardaga, 1994

la capture, et le dictionnaire fourni par le modèle sémantique. La reproductibilité technique d'éléments informationnels connait une nouvelle phase, « la troisième révolution technologique » ajoute le philosophe B. STIEGLER[425], de par l'industrialisation des traitements informationnels, ici opérés sur les données personnelles.

Pour AGRE, le modèle de la capture est une façon – idéale – d'encoder les actes humains et de les manipuler. La différence fondamentale avec les modèles conceptuels (relationnels ou sémantiques) est que les phénomènes sont capturés *avant* d'être engrammés dans une ontologie, et non l'inverse. Toutefois, les cinq étapes n'évitent pas la filtration de la représentativité. De manière plus pragmatique, l'auteur constate plusieurs arrangements qui lui font penser qu'il s'agit d'une co-construction entre utilisateurs et concepteurs, à la façon d'un « objet-frontière » :

- des processus peuvent être mal perçus ;
- les phases d'imposition et instrumentation modifient l'activité capturée ;
- des processus sont ajoutés pour rendre possible la capture ;
- des processus sont raccourcis ou transformés pour être mieux encodés ;
- des objets techniques sont ajoutés aux processus ;
- des agents peuvent modifier leur comportement afin qu'ils correspondent à ce qu'ils se représentent être la réalité à capturer ;
- des agents peuvent modifier leur comportement pour que les données capturées correspondent à leur finalité (détournement, profit) ;
- la finalité du dispositif peut être détournée pour des raisons politiques (ANDERSON & SELTZER, 2001).

Ainsi, selon AGRE, les schémas ontologiques qui construisent et proviennent du modèle de la capture, de même que les dispositifs qui mettent en œuvre ces schémas, doivent être appréhendés selon leur nature sociopolitique (et non technique) : "*These new social ontologies... become real*" (2003 : 755)[426].

La capture, en tant qu'espace de production d'une représentation du réel, peut prétendre à l'exhaustivité : **atomique**, le modèle peut tout segmenter (sans l'a priori d'un domaine, ou d'un espace de nom, d'une ontologie préexistante); **agnostique**, le modèle peut tout capturer (alors que la surveillance est subjective, avec un objectif moral précis) ; **syntagmatique**, le modèle peut tout

[425] STIEGLER B., *De la misère symbolique. L'époque hyperindustrielle*, Paris : Galilée, 2004
[426] « Ces nouvelles ontologies sociales deviennent la réalité »

articuler (dans la perspective langage/action, c'est-à-dire que l'axe syntagmatique est modélisable pour une machine, ce qui ne serait pas possible avec l'axe paradigmatique). Seule sa dimension pragmatique fait que dans son opérationnalisation et ses finalités, le modèle peut être perverti. À un échelon collectif, les dispositifs de capture contribuent à ce que la revue Terminal étudie depuis sa création, à savoir « l'informatisation du social »[427] ; LATHAM & SASSEN parlent quant à eux de "*sociodigitization*" (2005), que Bernhard RIEDER traduit par « socionumérisation » (2010)[428] :

> « La socionumérisation a pour effet d'ancrer certains aspects d'une pratique dans le monde des machines où chaque entité, relation ou processus est représenté en forme de donnée ou algorithme », (RIEDER, 2010)

Les applications contemporaines de capture sont nombreuses : étiquetées avec le label de la traçabilité, la capture s'applique aux objets, aux animaux, aux séquences de travail, c'est-à-dire qu'elle est systématiquement en mode exogène[429]. Cependant, un modèle endogène de capture existe, principalement attaché aux questions de santé[430] : regroupées sous l'appellation de ***self tracking***, les pratiques d'enregistrement de la courbe de poids, du rythme cardiaque, des exercices physiques réalisés, et au demeurant de n'importe quelle activité sont appareillées avec des composants électroniques ou des interfaces logicielles[431]. À la différence de l'auto-capture, qui reste

---

427 Le numéro double 93-94 de la revue contient articles et tables rondes successifs au colloque organisé par Terminal, « Société de l'information, société du contrôle », juillet 2004. Lire notamment le forum animé par Thomas LAMARCHE, « L'informatisation, 25 ans plus tard », <revue-terminal.org/www/articles/93_94/ArticleN93-94P9-24Forum1.pdf>

428 RIEDER B., « Pratiques informationnelles et analyse des traces numériques : de la représentation à l'intervention », ***Études de communication***, vol. 2, n°35, 2010, p.91-104

429 AGRE retrouve le déploiement de ce modèle dans les temps forts de l'ère industrielle : il rappelle ainsi que le taylorisme a été facilité par les progrès optomécaniques, et notamment l'invention du procédé de ***motion capture***, permettant de visualiser la décomposition des mouvements. Cette segmentation se retrouve dans la ***disassembly chain*** de Chicago, où Taylor va peaufiner sa méthode, ainsi que dans les outils d'ordonnancement de Gantt, son assistant. Voir le passage sur le taylorisme dans le chapitre 1, section 2.1.B sur la rationalisation des efforts..

430 Les méthodes statistiques du cycle d'ovulation (méthode Ogino, 1924), avec la comptabilité domestique, en sont les premiers exemples.

431 L'auto-capture est une pratique reliée au corps : la santé (moniteur diabétique), le sport (moniteur cardiaque), le sommeil (moniteur respiratoire). La marque ***Nike*** propose un capteur enregistrant le parcours effectué par le coureur : distance, dénivelé, rythme cardiaque sont enregistrés et reportés sur des cartes, partageables ou non <nikeplus.nike.com/plus>. Avec la ***Wii Fit***, Nintendo propose un coach personnel d'exercices physiques, prédisant des consignes en fonction de la capture de données biométriques (poids). L'entreprise ***23andme*** propose de séquencer l'ADN, <www.23andme.com> (entreprise fondée par Anne Wojcicki, épouse de Sergei Brin, co-fondateur de ***Google***). Le site web <bedposted.com> propose d'enregistrer l'activité sexuelle, <www.mymonthlycycles.com> les périodes d'ovulation, <www.fitday.com> la consommation alimentaire, <www.mint.com> le budget domestique, <www.lastfm.com> les préférences musicales, <www.librarything.com> les préférences littéraires, <www.diigo.com>, <delicious.com>, <www.pearltrees.com> la navigation sur le web, et finalement n'importe quelles données avec <daytum.com>, <lifemetric.com>, <beta.me-trics.com> et un projet du MediaLab du MIT, <mycro.media.mit.edu>

centrée sur l'individu, la quantification de soi s'inscrit dans une logique de partage des données au sein d'une communauté (cadre privatif élargi)[432]. L'appareillage de capture permet également une publication automatique dans un espace de réception défini.

Toutefois, si Philip E. AGRE reconnait, quelle que soit la façon dont le modèle de la capture est contrôlé, il est « impossible d'évincer des formes d'interprétation, de stratégies et de pratiques institutionnelles »[433], il reste cantonné à une économie politique de la capture, et n'intègre pas dans son analyse critique les stratégies des entreprises : pourtant elles couvrent un champ qui va des industriels mettant en œuvre des *process* sur cette base scientifique (issue du taylorisme) à ceux qui produisent les capteurs (au sein et au service des industries de la certification d'identité)[434].

B, La documentarisation

Y. JEANNERET parlait de la médiation des traces comme d'un « construit culturel ». Nous en avions déjà vu l'essor dans l'histoire de l'institution nominale, et dans la globalisation des pratiques de surveillance. Michel FOUCAULT estimait alors que « l'examen fait entrer l'individu dans un champ documentaire », (FOUCAULT, 1975 : 221) ; examen auquel nous rajoutons la capture d'AGRE. Pour O. ERTZSCHEID, l'homme est même devenu « un document comme les autres » (2009). Il faut cependant modérer l'aphorisme, comme le fait J.-M. SALAÜN quand il pose, un an après, la question : « Suis-je un document ? »[435] : si le document est par définition supporté matériellement, ce support n'est pas le corps (encore que les tatouages, premières traces de l'institution nominale, peuvent fournir un contre-exemple, comme plus près de nous les inserts

[432] La communauté du ***Quantified self*** reprend de nombreux outils cités dans la note précédente, plus d'autres orientés spécifiquement vers le partage, comme <www.patientslikeme.com> dans le domaine de la santé. Pour l'heure, il s'agit surtout d'initiatives individuelles, où un appareillage électronique et informatique permet de résoudre des problématiques (de santé), on parle alors beaucoup de bio-hacking. À ce sujet, lire FIEVET C, Body Hacking, Paris : FYP, 2011 ou GADENNE E., ***Mieux gérer sa vie, sa santé, sa productivité, le guide pratique du Quantified self***, Paris : FYP, 2011. Voir aussi le site porte-enseigne du mouvement, <quantifiedself.com>. Enfin, il faut signaler la démarche la démarche d'artistes comme Nicholas Felton, infographiste, enregistrant la moindre de ses activités et présentant l'ensemble dans un rapport annuel <feltron.com> ou Hasan Elahi, enregistrant également la moindre de ses activités dans une démarche subversive, afin de prouver au FBI qu'il n'est pas un dangereux terroriste, comme le croient les agents qui l'ont arrêté, <www.ted.com/talks/hasan_elahi.html> et <trackingtransience.net>

[433] "***But no matter how thoroughly the capture process is controlled, it is impossible, short perhaps of total mechanization of a given form of activity, to remove the elements of interpretation, strategy and institutionnal dynamics***", AGRE, 2003 : 748

[434] La mainmise d'entreprises du secteur privé explique d'ailleurs que les partisans du bio-hacking exploitent des matériels (***Arduino***) et logiciels (***Linux***) qui ne sont pas sous des licences propriétaires.

[435] SALAÜN J.-M., « Suis-je un document ? », 2010, <blogues.ebsi.umontreal.ca/jms/index.php/post/2010/01/02/Suis-je-un-document>

sous-cutanés d'étiquette RFID et les données biométriques). De plus, le document est unique (norme ISO 15489-1:2001)[436]. Comme le reconnait O. ERTZSCHEID, il serait plus juste de parler de « l'homme qui valait 3 milliards… de documents ». L'empreinte numérique dont nous parlions précédemment (chapitre 2) est l'agrégat de ces documents, mais chacun peut singulièrement, par dépendance fonctionnelle, représenter son titulaire. Ainsi, J.-M. SALAÜN admet que la virtualisation de la représentation n'empêche pas de considérer être en présence de la personne documentarisée. Les fonctions que B. BACHIMONT prête aux documents se retrouvent d'ailleurs dans les données personnelles : elles transmettent et prouvent[437]. Dans son exemple, J.-M. SALAÜN reconnait Michel Serres, dont il regarde un enregistrement vidéo, à la fois parce qu'il le reconnait (processus cognitif d'identification visuelle) et qu'il connait le procédé d'enregistrement. À partir de là, il est possible de construire une correspondance (un prédicat d'auteur) entre un humain et un document.

Dans un enregistrement numérique, et plus généralement lors de l'insertion d'un ouvrage dans un ensemble (bibliothécaire par exemple), l'opérateur associe au document des métadonnées (titre, auteur, éditeur, etc.) : cette opération s'appelle « documentarisation ». Pour Manuel ZACKLAD, c'est « une technique permettant de médiatiser les productions sémiotiques sur des supports pérennes, dotés d'attributs spécifiques permettant de faciliter (i) leur gestion parmi d'autres supports, (ii) leur manipulation physique, condition d'une navigation sémantique à l'intérieur du contenu sémiotique et enfin, (iii) l'orientation des récepteurs, mais également de plus en plus des réalisateurs eux-mêmes à l'intérieur du support en définissant une ou plusieurs cartographies des contenus sémiotiques susceptibles de guider la navigation sémantique »[438]. Il s'agit donc d'un complément apporté au document dans l'espace de médiation (celui du documentaliste), voire celui de la production (puisqu'impliquant les réalisateurs), voire dans l'espace de réception (puisqu'impliquant les récepteurs). Ainsi, nous pourrions considérer que le NIR (Numéro d'Inscription au Registre) est un attribut spécifique permettant la gestion, la manipulation et l'orientation non pas d'une production sémiotique, mais humaine : une naissance ; les trois fonctions étant réalisées par des opérateurs dans les administrations nationales. Si l'homme n'est pas un document ***stricto sensu***, il

436 <www.iso.org/iso/fr/catalogue_detail.htm?csnumber=31908>

437 BACHIMONT B., « L'archive numérique : entre authenticité et interprétabilité », ***Archives***, vol. 32, n°1, 2000-2001. En s'inspirant des travaux précurseurs de BRIET S., ***Qu'est-ce que la documentation ?***, Paris : Édit, 1951. Suzanne BRIET est l'inventeur du complexe de l'antilope, auquel fait également référence O. ERTZSCHEID : « L'antilope qui court dans les plaines d'Afrique ne peut être considérée comme un document. Mais si elle est capturé et devient un objet d'études, on la considère alors comme un document. Elle devient une preuve physique ».

438 ZACKLAD M., « Processus de documentarisation dans les Documents pour l'Action (DopA) », Lyon : Babel, ENSSIB, 2007

est à tout le moins documentarisé. Cette opération se déroulant tout au long de la vie, dans ce qui aboutit à l'empreinte numérique, il convient alors de parler dans un premier temps de « redocumentarisation » : pour R. T. PÉDAUQUE (2006), le préfixe re- signale « à la fois un retour sur une documentarisation ancienne et une révolution documentaire ». Deux définitions cherchent à circonscrire cette pratique, entre retour et révolution.

- Pour J.-M. SALAÜN, il s'agit d'abord de dépasser le simple ajout de métadonnées à des documents traditionnels numérisés pour considérer la redocumentarisation dans le cadre d'un document produit par des plastigrammes (sites dynamiques, bases de données, représentations appartenant au ***LinkedData***), cadre dans lequel il s'agit « d'apporter toutes les métadonnées indispensables à la reconstruction à la volée de documents et toute la traçabilité de son cycle »[439]. Il faut comprendre alors la redocumentarisation comme une procédure visant à transposer un document dans un autre espace de noms : il s'agit de rendre compatible les données personnelles d'un silo à un autre, par exemple avec des API interprétant des langages formels différents (SAML, OpenGraph, FOAF, OAuth, etc.).
- Pour M. ZACKLAD, redocumentariser, c'est permettre « à un bénéficiaire de réarticuler les contenus sémiotiques selon son interprétation et ses usages », en interne (sa propre discothèque par exemple, ses annotations à la marge d'un ouvrage) ou en externe (taxonomies sociales[440]). « Dans ce contexte, ajoute le chercheur, la numérisation offre des opportunités inédites pour la réappropriation des documents et des dossiers en vue de satisfaire les intérêts de nouveaux bénéficiaires »[441]. Nous paraphrasons en disant que dans notre cadre d'usage, les techniques au service des dispositifs identitaires contemporains offrent des opportunités inédites pour l'appropriation et la réappropriation des individus en vue de satisfaire les intérêts de nouveaux bénéficiaires, c'est-à-dire ceux qui tirent un bénéfice des logiques propres aux DI.

---

439 SALAÜN J.-M. , « La redocumentarisation, un défi pour les sciences de l'information », ***Études de communication***, n°30, 2007 : 13-23, <edc.revues.org/index428.html>

440 Également appelées « folksonomies », voir LE DEUFF O., « Folksonomies », BBF, n° 4, 2006 : 66-70 ; CREPEL M., « Les folksonomies comme support émergent de navigation sociale et de structuration de l'information sur le web », ***Réseaux***, vol.6, n°152, 2008 : 169-204

441 ZACKLAD M., « Réseaux et communautés d'imaginaire documédiatisées », in SKARE R., LUND W. L., VARHEIM A. (dir.), ***A Document (Re)turn***, Frankfurt am Main : Peter Lang, 2007 : 279-297

Dans un deuxième temps, cette redocumentarisation agissant sur des contenus précédents, s'ajoutant à eux et s'ajoutant aux contenus provenant de l'ensemble des silos documentaires à partir desquels se recompose sans cesse l'empreinte numérique, il convient de parler également d'une sédimentation des données personnelles. Non seulement chaque item de la pile de contenus éditoriaux publiés par le titulaire construit du sens dans l'espace de réception, mais cet empilement est lui-même porteur de sens en ce que d'une part les interprétations par des tiers peuvent conditionner les contenus à venir (un simple feedback), d'autre part le parcours de cette pile montre aussi l'évolution, la cohérence, les phases d'un projet que nous appellerons identitaire, et concernant des entités individuelles au sein bien qu'organisationnelles. Toute production vient ainsi épouser le relief des productions et de leurs interprétations précédentes. À l'aide de ces concepts, nous pouvons allons définir **la réputation comme une documentarisation de l'agir, et par sédimentation une redocumentarisation de l'être**.

C, La computation

Les inférences réputationnelles ne proviennent pas seulement d'une sédimentation d'actes capturés et documentarisés. Étymologiquement, la réputation est un contrôle de comptes[442], un double examen, une comparaison de valeurs qui conduit à vérifier si une réputation n'est pas usurpée, si la valeur putative (même étymon) équivaut au référent, si la renommée (étymologiquement : le changement d'espace de nom) est justifiée, comme la crédibilité (capacité à fournir un crédit) ou la notoriété (capacité à recevoir une note). Si, dans l'usage, le sens de ces mots ont divergé, ils prennent tous racine dans l'idée d'une comptabilité associée à un référent, un objet (le fétiche), un humain, un groupe, une nation, une entreprise, etc. De nombreuses locutions proverbiales attestent de cette valorisation, comme dans l'expression « grimper ou baisser dans l'estime des gens ». En contexte numérique, avec la puissance de calcul des ordinateurs (en anglais *computer*, même étymon) et les banques mémorielles de données personnelles, le calcul d'une réputation n'en a été que facilité, voyant émerger dans le vocabulaire des expressions comme « e-reputation », « cyber-réputation », réputation numérique, digitale, etc.

Sur *eBay*, chaque vendeur est noté à la suite d'une transaction : évaluations, positives ou négatives, et commentaires viennent redocumentariser le profil du vendeur. Sur ce profil, une note et une

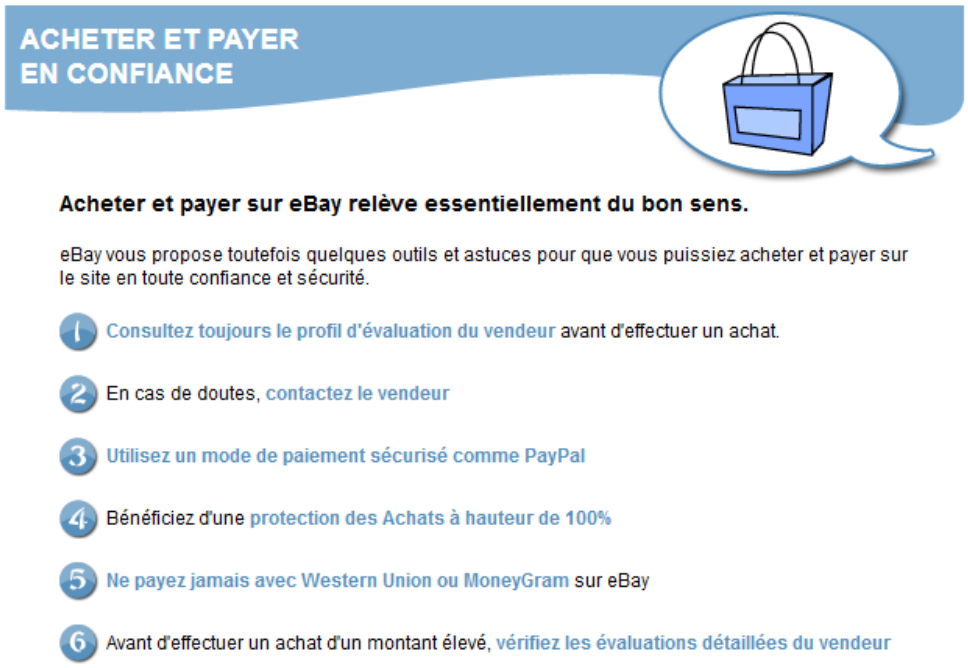
442 Formé sur le radical *puto*, compter, examiner, évaluer, le préfixe *re-* indique le doublement de ce compte, comme le contre-rôle ou le re-gistre.

icône résument la réputation du vendeur (Ill. n° 10)[443]. L'internaute est invité à consulter le profil d'évaluation du vendeur avant d'engager la transaction (Ill. n° 11). En fait de calcul, la réputation repose ici sur une équation avec plusieurs critères : correspondance de la notice et du produit, qualité du dialogue et des renseignements *ad hoc*, célérité de la livraison, coûts d'expédition. C'est donc un double algorithme centré sur l'acheteur qui conduit à la transaction commerciale :

- avant la vente, il s'agit de suivre une procédure relevant « essentiellement du bon sens » : se renseigner sur le vendeur, utiliser *Paypal* comme mode de paiement (*Paypal* a été racheté par *eBay*), etc. ; après l'achat, compléter le profil d'évaluation du vendeur ;
- calculer à partir des nouvelles évaluations le score du vendeur.

Ill. n° 10 : exemple de profil d'évaluation vendeur sur eBay

[443] Voir <pages.ebay.fr/help/feedback/scores-reputation.html> pour la composition du score et le classement des vendeurs.



Ill. n° 11 : procédure de confiance avec les évaluations sur eBay

Ce traitement algorithmique (ou suite d'instructions, dont peuvent faire partie des équations mathématiques) est le procès dominant des sites transactionnels : boutiques en ligne, forums de discussion, réseaux socionumériques. À partir du moment où s'affichent des données personnelles, celles-ci semblent systématiquement associées à des évaluations, des notes, des titres, des chiffres : sur un forum, c'est le rôle ou le nombre de messages, sur *Facebook*, c'est le nombre d'amis, etc.

> « Ces médiations algorithmiques […] participent de manière subtile à la structuration des niveaux de visibilité et, par conséquent, des opportunités de faire et de savoir qui se présentent aux internautes. », (RIEDER, 2010)

Il y a ainsi un rapport de codétermination entre les algorithmes et les interactions, dans le domaine informatique[444]. **La réputation serait la somme des valences attribuées par les interactants**

[444] En sortant de l'espace de nom des mathématiques, il est possible de concevoir l'algorithme comme un synonyme de tactique, dans l'espace de nom du marketing, dès lors, les algorithmes promettant la réussite d'une campagne promotionnelle sur *Facebook* ou dans les réseaux socionumériques sont nombreux. Outre une pléthore de sites web dédiés à ces « stratégies », quelques ouvrages symptomatiques peuvent être présentés : FILLIAS E, VILLENEUVE A., *E-reputation : stratégies d'influence sur internet*, Paris : Ellipses Marketing, coll. « Gestion », 2010. Les deux auteurs sont diplômés d'école de commerce, directeurs d'agence en communication web, et co-animateurs du blog <e-reputation.org> ; DESCHAMPS C., MOINET N., *La boîte à outils de*

d'un titulaire. Toutefois, l'équilibre entre les deux pourrait pencher au profit d'une approche purement techniciste du rapport à l'autre. B. RIEDER a par exemple travaillé sur les sites de rencontres : « dans le cadre de parship.fr, l'un des leaders du marché, certains choix de modélisation sont faits à partir de théories psychologiques qui cherchent à expliciter les facteurs qui contribuent à la réussite d'un couple », (RIEDER, 2010). Ainsi, il y a dans un premier temps une théorie psychologique qui, comme nous allons le voir, repose sur une catégorisation radicale, et dans un second temps une modélisation informatique de cette catégorisation qui permet d'inférer la rencontre amoureuse. Ainsi peut-on lire sur la page de présentation d'un site concurrent que « l'algorithme de compatibilité *eDarling* est fondé sur un modèle mathématique qui permet de déterminer la compatibilité des membres par rapport à des données sociodémographiques, des préférences personnelles, et des données psychologique. Les détails que donnent nos utilisateurs dans leurs réponses à notre questionnaire … constituent la base de calcul pour ces trois domaines. (…) Les préférences personnelles comprennent des questions sur certains aspects de la vie des membres qui peuvent se révéler essentiels pour la stabilité et l'harmonie d'une relation. (…) L'analyse psychologique d'*eDarling* est basée sur le modèle des '*Big Five Personality Traits*' (…), un modèle qui, dans les années 1990, a été l'un des plus influents et des plus connus de la psychologie moderne. (…) Si leurs données démographiques ainsi que leurs préférences présentent une compatibilité élevée, les profils seront alors présentés l'un à l'autre »[445].

Ces cinq traits de caractère sont évidemment moins nombreux que les 180 exploités par Charles FOURIER dans son projet de phalanstère[446]. Mais quel que soit le niveau de réductionnisme appliqué aux réalités psychosociales, cette catégorisation et le traitement fait à partir de la saisie endogène dans le formulaire de ces sites conduisent à des prescriptions : *Amazon*, *eBay*, *Facebook*, *Google* fonctionnent de même en agrégeant les historiques et les interactions qu'ils enregistrent. C'est d'ailleurs le seul moyen qu'ils ont pour assurer leur modèle d'affaire : nous verrons dans la section suivante la socioéconomie de la prescription et sa structuration sectorielle.

---

l'intelligence économique, Paris : Dunod, 2011. En plus de leurs activités de consultant, les deux auteurs sont enseignants à l'ICOMTEC de Poitiers ; FAILLON D., ALLOING C., ***Développer sa présence sur Internet : concevoir et déployer une stratégie sur les médias sociaux***, Paris : Dunod, 2012. Les deux auteurs travaillent à ***la Poste***, Camille ALLOING est également intervenant à l'ICOMTEC et animateur principal du blog <caddereputation.over-blog.com>. Enfin, nous pouvons citer le libre blanc édité par l'entreprise ***Digimind***, éditeur d'un logiciel de veille, <www.digimind.fr/actu/publications/1055-livre-blanc-20-bonnes-pratiques-1-en-e-reputation.htm>. Nous reviendrons sur ces pratiques et le mode procédural qu'elles promeuvent dans la III[ème] partie.

[445] Extrait de la présentation du site ***eDarling***, <www.edarling.fr/societe>, consulté en mars 2012.

[446] Voir page 52, chapitre 1, section 2.3A, « La logique contre-insurrectionnelle et la sécurité intérieure », à propos du phalanstère de FOURIER et du Panoptique de BENTHAM

D'un point de vue paradigmatique, concevoir le monde comme un ensemble computable renvoie au mythe de la ***mathesis universalis***, le pendant combinatoire du ***Giant Global Graph*** dans le domaine de la représentativité. Inspiré dans l'époque classique par la vision de LEIBNIZ, le mythe d'une calculabilité holistique s'étend à la philosophie : pour HUSSERL (dont SCHÜTZ fut un disciple), la phénoménologie devrait pouvoir empiriquement embrasser toute intentionnalité : celle-ci se conçoit comme l'orientation de la conscience de et vers un phénomène (percevoir un objet, c'est déjà lui donner un sens). Son contemporain, Georg SIMMEL, estime pour sa part que, si la ***mathesis universalis*** consiste « à concevoir le monde comme un grand exemple de calcul, à saisir les processus et les qualités des choses dans un système de chiffres »[447], une telle objectivation (qu'il cantonne à l'époque au rôle et à la valeur de l'argent) réduit l'agir à « un valoir figé en substance »[448]. Quant à Gabriel TARDE, il entrevoit le « moment où, de chaque fait social en train de s'accomplir, il s'échappera pour ainsi dire automatiquement un chiffre, lequel ira immédiatement prendre son rang sur les registres de la statistique »[449].

Pourtant cette fixation peut être appréhendée autrement, dans son exact contraire. Il y aurait performativité dans les nombres : "***number are deeds***", affirmeront plus tard ESPELAND & STEVENS (1998)[450]. Dans la foulée de ce tournant performatif dépassant la seule linguistique, les chercheurs en SIC B. FAURÉ et G. GRAMACCIA parlent d'« acte de calcul », donnant aux opérations par les chiffres la force d'une « performativité organisante » : « l'influence pragmatique de l'acte de calcul réside dans sa capacité à prescrire – sous l'apparence de la description –. En décrivant, nommant, désignant les objets pertinents à chiffrer, il les rend visibles, traitables, manipulables, bref il les fait exister ainsi que les contextes dans lequel ils prennent leur sens »[451].

D, La commensuration

Avant de fournir un discours critique sur les effets et l'extension du traitement algorithmique des données personnelles et des représentations de l'être et de l'agir individuel (section 3), il convient de rattacher ces pratiques à un niveau sous-jacent.

---

447 SIMMEL G., ***Philosophie de l'argent***, Paris : PUF, (1900), 1987. Citation page 556
448 ***Ibid.***, 73
449 TARDE G., ***Les Lois de l'imitation***, Paris : Seuil, (1890), 2001, p.192
450 « Les nombres sont des actes ». ESPELAND W., STEVENS M., "***Commensuration as a Social Process***", Annual ***Review of Sociology***, n°24, 1998, p.313-343
451 FAURÉ B., GRAMACCIA G., « La pragmatique des chiffres dans les organisations : de l'acte de langage à l'acte de calcul », ***Études de communication***, n°29, 2006

En effet, s'il est tentant, avec Michel FOUCAULT, d'associer le quantitatif à la discipline, les mesures en indiquant les effets normatifs[452], il faut reconnaitre, comme le signale Eva ILLOUZ, que le philosophe a tendance à « subsumer le plaisir dans le pouvoir » (ILLOUZ, 2006 : 195)[453], délaissant ainsi l'origine organique, charnelle, biologique de sa biopolitique. Le corps serait aussi source de ces pratiques de normation, notamment dans le chainage des perceptions vers les représentations, des affects vers les décisions. Pour la sociologue israélienne, la vie affective serait elle-même, dans son ancrage corporel, partiellement déterminée par des processus de quantification. Ainsi écrit-elle que « la vie intime et les sentiments sont transformés en objets mesurables, pouvant faire l'objet de calculs et être appréhendés en termes quantitatifs. », (ILLOUZ, 2006 : 65). Entre les deux articulations du rapport de détermination entre corps et discipline, l'approche construire par ESPELAND & STEVENS sur « la commensuration comme processus cognitif et fonctionnant comme processus social »[454] nous semble faire la part des choses, d'autant que c'est sur elle qu'E. ILLOUZ base son argumentaire, et que les auteurs se reconnaissent dans la filiation de WEBER, SIMMEL, BOWKER & STAR, HACKING, DESROSIÈRES, LATOUR & CALLON, FOUCAULT[455]. Selon STEVENS & ESPELAND, la commensuration recouvre « la transformation de différences qualitatives en une métrique commune », (1998 : 314). Cela implique deux pratiques distinctes : il serait possible de prendre la mesure de toute chose, et tout ce qui se mesure l'est de manière uniforme. Le premier cas de figure renvoie à l'existence de métriques pour comparer des individus (le rang de FOUCAULT), des institutions (le classement de Shanghai), des territoires (indicateurs d'attractivité, indices immobiliers des notaires, etc.) ; des métriques dans l'établissement des compromis, des coûts et des bénéfices (notamment le calcul des prestations compensatoires successives au divorce, où une histoire sentimentale s'achève dans une monétisation)[456] ; la métrique universelle semblant être l'argent[457], capable de s'approprier les territoires (le passage à l'euro est la plus grande œuvre de commensuration, estiment les deux auteurs) comme l'inexprimable esthétique (les tableaux des grands peintres). Cependant, STEVENS & ESPELAND reconnaissent qu'il existe des entités

[452] « Mesurer en termes quantitatifs et hiérarchiser en termes de valeur les capacités, le niveau, la "nature" des individus. Faire jouer, à travers cette mesure "valorisante", la contrainte d'une conformité à réaliser », (FOUCAULT, 1975 : 215)

[453] ILLOUZ E., *Les sentiments du capitalisme*, Paris : Seuil, 2006, 202 pages

[454] ESPELAND W., "*Commensuration and Cognition*", in CERULO K. A. (dir.), *Culture in Mind : Toward a Sociology of Culture and Cognition*, New York : Routledge, 2002

[455] STEVENS M., ESPELAND W., "*Commensuration*", *Encyclopedia of Social Measurement*, vol.1, Elsevier, 2005, p.:375-378.

[456] ZELIZER V., « Transactions intimes », *Genèses*, n°42, mars 2001, p.121-144

[457] Pour SIMMEL, l'argent est un « désaffectant » : en objectivant le désir, il offre un espace où les relations interindividuelles peuvent s'autonomiser, ce qui relevait de l'action (de la praxis) se retrouve dorénavant figée dans la matérialité d'un signe. SIMMEL, (1900), 1987, *op. cit.*

incommensurables : un enfant, un territoire pour les natifs américains (2005 : 377). La deuxième pratique renvoie aux choix sémantiques des modèles conceptuels, en vigueur pour les agents et utilisateurs des BDD : pour les auteurs, les métriques, comme tous les standards, sont « les artifices les plus robustes et conséquents de la civilisation humaine »[458]. Enfin, pour A. SCHÜTZ, toute interlocution est même un acte de commensuration. Ainsi, quand un locuteur dit « Il fait chaud », il peut s'agir en première lecture d'un énoncé constatif, en deuxième lecture d'un énoncé performatif (avec un effet sur le récepteur qui ira ouvrir la fenêtre, baisser le chauffage, etc.). Il peut également s'agir pour le locuteur d'un énoncé visant à valider l'expérience des phénomènes et à les comparer à l'herméneutique commune : « Suis-je le seul à avoir chaud ? »[459].

Ainsi, **la combinaison des processus de capture, (re)documentarisation, computation et commensuration établirait selon nous la réputation en contexte numérique**. En participant à un réseau socionumérique, et sur la base d'expériences affectives, un individu produirait en mode endogène – et accorderait à des tiers la possibilité de produire en mode exogène – des données personnelles : documentarisation lors de chaque production éditoriale et redocumentarisation par les interactions des tiers (au sens de ZACKLAD) ou dans la traduction dans des langages formels (au sens de SALAÜN) ; ces données seraient ensuite calculées et affichées (algorithme mathématique), sur la page de profil, à l'intérieur du site ou à l'extérieur, et parfois produites selon des stratégies éditoriales (algorithme non mathématique) ; enfin, cet affichage donnerait lieu à comparaison (commensuration) et évaluation (réputation)[460].

Par son ancrage dans des pratiques préexistantes, cette stratification herméneutique se prête à la structuration d'un secteur économique.

458 "*Before metrics can be used they must be invented, and some instances of their creation stand among the most enduring and consequential artifacts of human civilization*", 2005 : 376

459 « L'idéalisation de la congruence des systèmes de pertinence. Jusqu'à la contre-évidence, j'admets – et je suppose que mon semblable fera de même – que les différences de perspective tirant leur origine dans nos situations biographiques particulières ne sont pas pertinentes pour le but que nous nous proposons l'un et l'autre. J'admets aussi que lui et moi, ce "Nous" suppose que l'un et l'autre avons sélectionné et ***interprété les objets communs*** actuels ou potentiels ainsi que leurs caractéristiques de manière identique ou du moins de manière "empiriquement identique", c'est-à-dire de manière suffisante pour tous les buts pratiques » ; nous soulignons. SCHÜTZ A., *Le chercheur et le quotidien*, Paris : Méridiens Klincksieck, 1978, Citation p. 17-18, reprise dans VION, 1992 : 49.

460 On pourra également se référer aux trois formes de l'identité telles que développées par Fanny GEORGES, identité déclarative, agissante et calculée. Voir II[ème] partie, chapitre 4, section 3.3, B, Les trois identités de Fanny Georges : 267

2. Le rôle des données personnelles dans la structuration d'une économie marchande de la réputation

En capturant puis sédimentant les activités en ligne, en exploitant les métadonnées et les productions éditoriales publiées par le titulaire, de même que celles produites par des tiers, en comptabilisant puis comparant ces données à d'autres silos (historique, graphe social, partenaires), il est possible de composer une réputation à partir de laquelle il serait également possible de fournir des formes de recommandation de comportements sociaux (liens d'amitié) ou culturels (consommation d'un bien info-culturel). Cette logique, enchâssée dans les dispositifs techno-sémio-pragmatiques, fonctionne par élaboration d'un « paysage réputationnel » (ORIGGI, 2008) et faciliterait la prise de décision dans un contexte sans face-à-face, mais serait aussi susceptible d'être au service des propriétaires du dispositif (2.1). Nous proposons alors d'inverser la perspective en quittant l'approche interactionnelle médiatisée et d'élaborer une cartographie des acteurs économiques de la réputation (2.2). En reprenant les éléments notionnels propres à l'analyse des industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC), nous proposerons (2.3) d'échafauder le partenariat entre les ICIC et les industries de la certification d'identité et de la réputation (ICIR).

2.1, Le double bénéfice de la réputation

Dans un contexte hors ligne, la réputation n'engage que des interactants, pris dans notre approche comme des agents économiques (acheteurs, vendeurs, clients, entreprises). Les médias traditionnels peuvent relayer des informations contribuant à la réputation de tel ou tel agent. En ligne, l'économie de la réputation intègre des agents dont le rôle de relais est à interroger : ainsi, nous nous demandons dans quelles mesures le tiers inclus dans cette socioéconomie de la réputation est au service des interactants ou du bénéficiaire du dispositif qu'il met en œuvre.

A, La recommandation asynchrone dans l'économie marchande

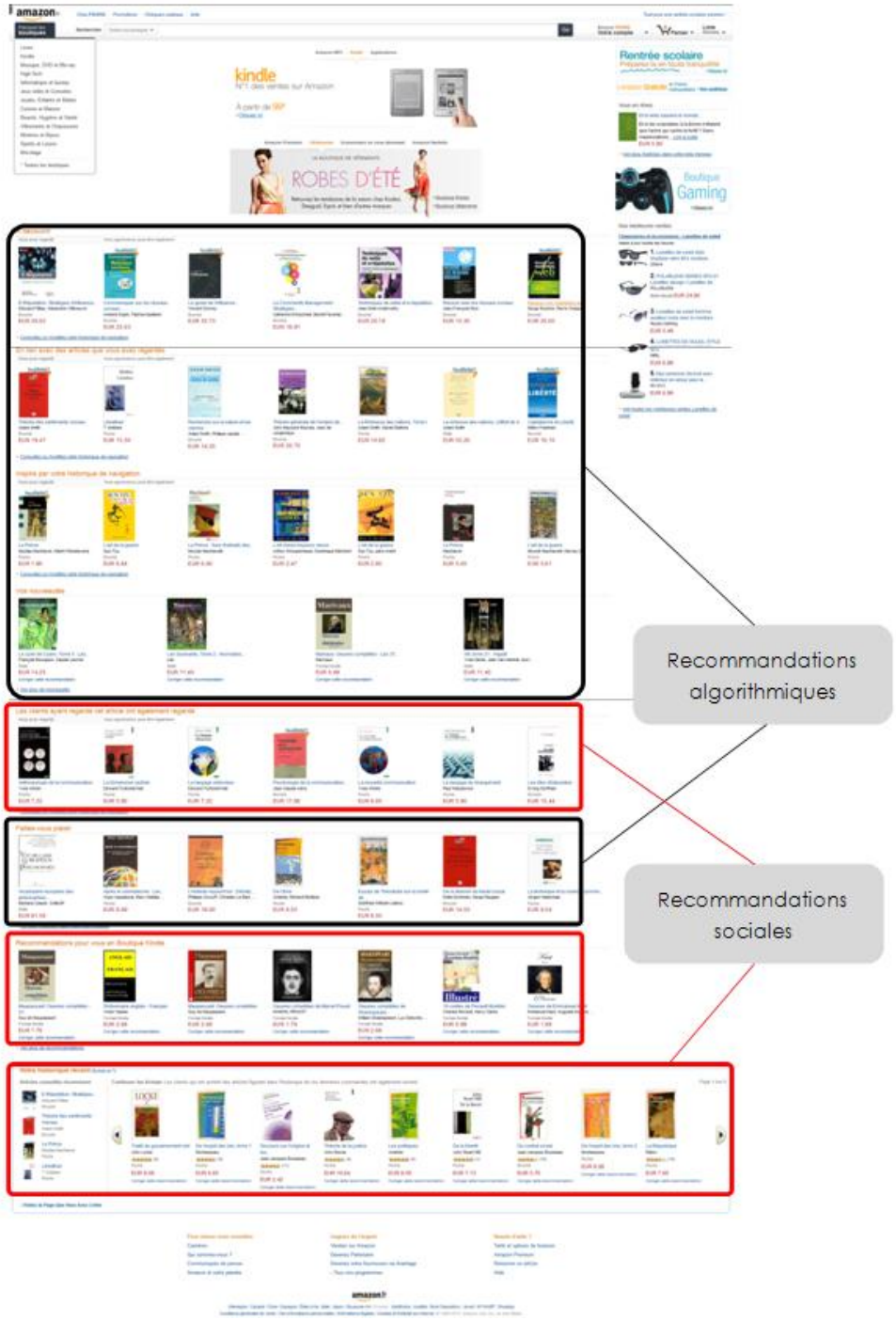
En leur offrant une sémiologie des interactions réalisées en ligne entre des internautes ou des organisations, les nouveaux venus d'une place de marché bénéficieraient d'une aide dans leur choix d'engagement, qu'ils documentariseraient une fois achevée leur transaction. Dans le cadre de l'interaction, nous proposons de considérer la réputation comme **un prescripteur**

d'engagement : l'empilement des expériences (endogènes ou exogènes) compose une connaissance (individuelle ou collective) permettant de faire un choix quant à la constitution ou au maintien d'une relation avec celui à qui la réputation est attachée. Il ne s'agirait nullement du seul critère de choix (le cadre de l'expérience, le contexte, les éléments non verbaux ou affectifs peuvent interférer en face-à-face), mais en regard des risques liés à des interactions nouvelles, la réputation pourrait pondérer la prise de décision en réduisant l'asymétrie d'information[461]. Pour Armand HATCHUEL, chercheur en sciences de gestion, la prescription combine un modèle interactionnel et un différentiel de savoir[462].

En ligne, l'asymétrie informationnelle relève de l'historique et de l'identité de l'interactant. Nous avons vu sur *Facebook* le fonctionnement de la requête d'amitié en langage SQL, les recommandations de *Twitter* fonctionnent de manière identique. Sur *LinkedIn*, la fonction de recommandation consiste à écrire quelques mots sur un collègue, client, fournisseur, étudiant, etc. (en anglais, on parle d'*endorsement*, comme on endosse une responsabilité). Sur le site *Amazon*, la consultation d'une fiche (livre, DVD, etc.) amène, par requête, à proposer à l'internaute des produits similaires dans le catalogue : même auteur, même thématique ; ou bien des produits achetés par d'autres clients en même temps que celui de la fiche consultée. La page d'accueil du site est ainsi divisée en 15 zones (2 menus de navigations, 1 barre de recherche, 1 zone client, 1 panier d'achat, 1 publicité *Kindle*, 1 publicité saisonnière), dont 8 de recommandations (2 zones de recommandation sociale). *Amazon* dispose d'une double connaissance : son catalogue et l'historique de consultation d'un internaute. Nous pourrions alors concevoir, en première lecture, que le site offre à l'internaute une aide informationnelle pour l'aider à faire un choix (ORIGGI, 2007 : 5). Chez *Amazon*, le moteur d'inférence basé sur les comportements de ses visiteurs se nomme *A9*.

[461] Dans ce cas, l'asymétrie concerne l'historique des actions d'un agent économique : si A et B s'apprêtent à nouer une transaction, et que B sait ne pas la respecter, la réputation de B peut prévenir A du risque de la transaction. Cette asymétrie de l'information vaudra à ses instigateurs, STIGLITZ, AKERLOF et SPENCE, le prix Nobel d'économie en 2001.

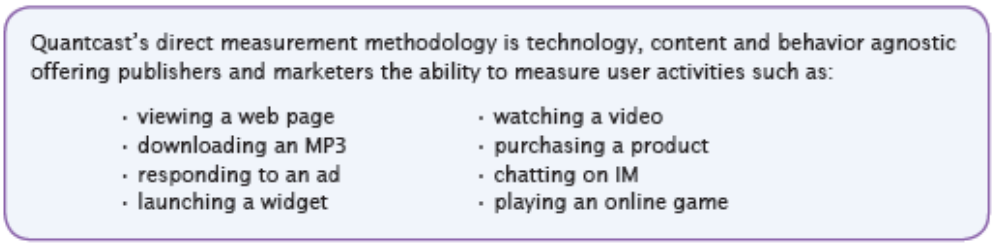
[462] HATCHUEL A., « Rapports de prescription et conception collective du travail », in MARTIN C., BARADAT D. (dir.), *Des pratiques en réflexion. 10 ans de débats sur l'intervention ergonomique*, Toulouse : Octares, 2003, p. 375-382.



Ill. n° 12 : zones de recommandations dans la page d'accueil d'Amazon

Le calcul des comportements et des inférences qui en découlent est également assuré par des analystes d'audience en ligne : il existe en effet de nombreuses sociétés de service qui placent pour leurs clients des traqueurs comportementaux (cookies tiers). L'entreprise *Quantcast* déclare ainsi agréger des données provenant de 130 milliards de transactions se déroulant sur plus de 10

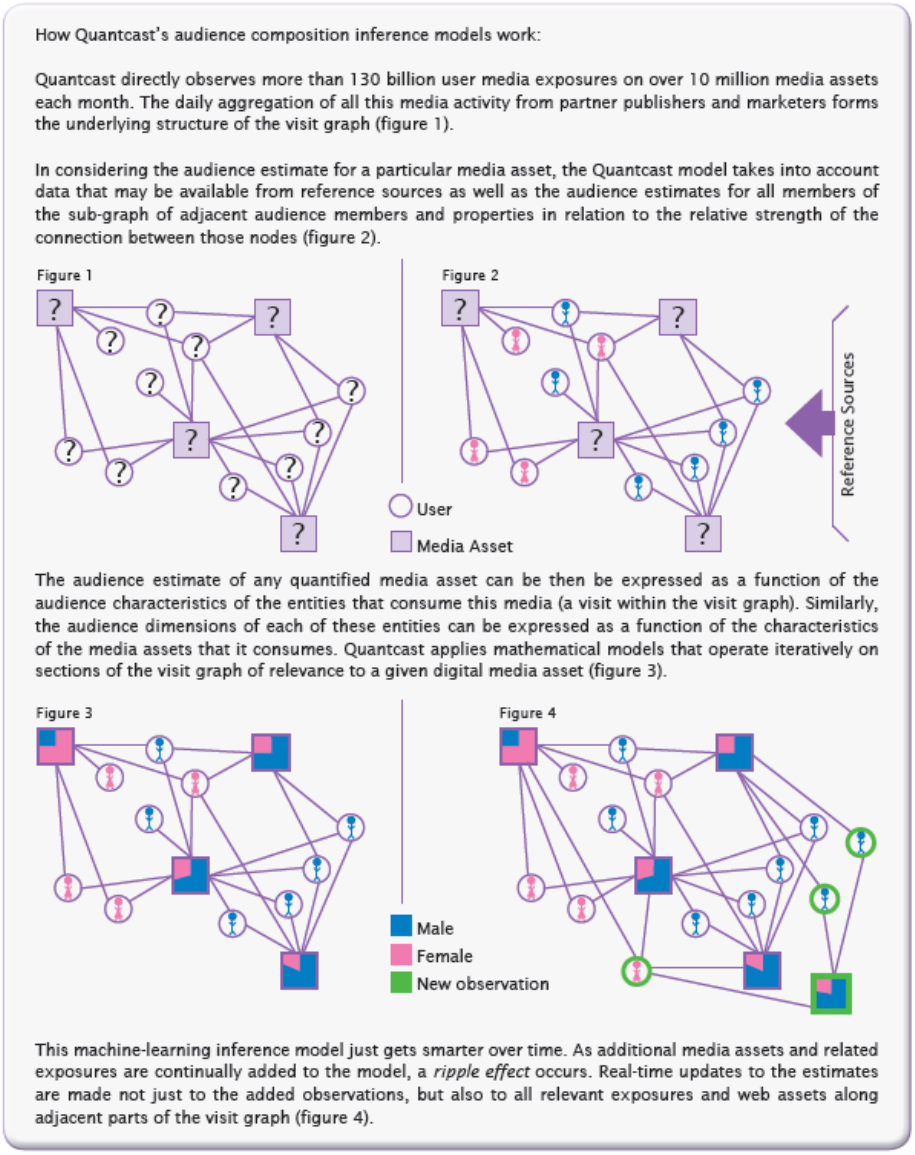
millions de ressources ("*media asset*", comprendre ici des dispositifs placés dans des sites, des pages, des inserts, à la façon des cookies, des bandeaux publicitaires ou de mécanismes similaires au bouton « j'aime »).



Ill. n° 13 : Méthodologie de Quantcast, un modèle agnostique déployé auprès de différents modes de transaction

Quantcast bénéficie également des données collectées par ailleurs *via* ses partenaires techniques ou ses clients précédents. Même si dans cet ensemble les données ne sont pas nominatives (ou enregistrées comme telles avec le nom pour identifiant unique, cet attribut peut néanmoins se retrouver dans le modèle conceptuel de la BDD), ces données permettent de générer un profilage réputé fiable des visiteurs d'un site web : libre aux clients par la suite d'offrir des services et des contenus adaptés à ces profils (voir ci-dessous le schéma issu de la méthodologie de *Quantcast*[463]). L'accumulation de ces profils (800 millions d'après le document cité en note de bas de page) est un argument commercial pour démarcher de nouveaux clients, qui bénéficieraient alors d'une identification préexistante de leurs visiteurs.

463 <www.quantcast.com/white-papers/quantcast-methodology.pdf>



Ill. n° 14 : Méthodologie de Quantcast, recomposition et qualification du graphe social

Historicisation et profilage contribueraient alors à résorber le risque d'asymétrie d'informations au profit des opérateurs et de leurs partenaires commerciaux : le premier des fondamentaux avancé dans le discours commercial de *Quantcast* est qu'« il vaut mieux avoir plus de données que d'en avoir moins » (sous-entendu que le concurrent, ou que le consommateur)[464]. Pour les opérateurs d'un tel bénéfice, il est nécessaire que la capture se réalise au plus près des prospects, afin que les conditions de vérité soient respectées : pour qu'une publicité soit bien ciblée, il faut avoir une

464 "*More data is better than less*", p.7, *op. cit.*

connaissance la plus fiable de ce qui est représenté (l'être et l'agir). La proximité est donc un levier stratégique dans le dispositif : c'est en cela que la technique est intrusive. Pour être fiable, elle doit être proche des gens.

La question est de savoir si ces indices produisent une « connaissance actionnable » (LE MOIGNE) pour ceux qui cherchent à s'engager dans une transaction. La notion de « connaissance actionnable » a d'abord été développée dans des travaux dédiés à la pédagogie et l'apprentissage, la gestion des connaissances et des organisations, et dans la recherche d'une articulation entre des savoirs et des savoir-faire, entre une forme épistémique d'une part et une démarche pragmatique d'autre part. Les connaissances actionnables seraient ainsi des représentations d'actions pouvant conduire, dans les organisations comme chez les individus, bref dans toute entité apprenante, à la prise de décision. Pour Giambattista VICO auxquels tous les auteurs ci-après se réfèrent, « le critère et la règle du vrai [pour le pédagogue comme pour l'apprenant] sont de l'avoir fait soi-même »[465] : dans ce cadre, nous pouvons considérer que la réputation est bien la représentation d'une expérience, servant d'indicateur d'action pour tout agent qui en ferait la connaissance.

Toutefois, nous ne pouvons répondre complètement à cette question pour l'heure, d'abord parce que les notions d'interactions médiatisées par ordinateur relèvent d'éléments qui figureront dans la II[ème] partie (notamment le postulat d'un agir stratégique, d'un individualisme méthodologique, dans la filiation de la théorie du choix rationnel), ensuite parce que nous supposons que le chainage affectif que nous construirons dans la III[ème] partie contribuerait à sa réponse, enfin parce que nous n'avons pas construit de dispositif d'enquête dédié exclusivement à cette hypothèse, et pour terminer parce que cette hypothèse a été largement traitée dans le domaine du marketing et des sciences de gestion[466]. Néanmoins, le revers de cette hypothèse postule une faiblesse de l'individu,

---

[465] VICO G., ***De la très ancienne philosophie des peuples italiques***. Version latine et traduction du latin par G. MAILHOS et G. GRANEL, 1987, Trans. Europ Express, (1710), 1987. SCHÖN D., ***The Reflexive Practitioner, How Professionals Think in Action***, U.S.A. Basic Books, 1983. Voir également la notion de « connaissance-processus » de PIAGET J., ***Logiques et connaissances scientifiques***, Paris : Gallimard, 1967. Pour de plus amples informations sur cette notions, voir LE MOIGNE J-L., Connaissance actionnable et action intelligente, ***Grand Atelier MCX***, Poitiers, 19-20 novembre 1998 ; LE MOIGNE J.-L., ***Le Constructivisme. Tome 3 : Modéliser pour comprendre***, 2003, Paris : L'Harmattan. GÉRARD C., « Action-recherche / recherche-action en formation : Conjoindre l'expérience, l'art et la science afin de former à (se) former», ***Esprit critique***, , vol. 8, n°1, 2006. Nous reviendrons dans la II[ème] partie sur les filiations du constructivisme, de VICO à VON GLASERSFELD, en passant par Jean PIAGET.

[466] HATCHUEL, ***op. cit.*** ; Voir également HATCHUEL A., « Les marchés à prescripteurs », in VÉRIN H., JACOB A., ***L'inscription sociale du marché***, Paris : L'Harmattan, 1995, p.205-225 ; HATCHUEL A., « Modèles de service et activité industrielle. La place de la prescription », in DE BANDT J., GADREY J. (dir.), ***Marchés de service, relations de service***, Paris : CNRS, 1995, p. 63-84 ; BENGHOZI P.J., PARIS T., "***The economics and business models of prescription in the Internet***", in BROUSSEAU E., CURIEN N. (dir.), ***Internet and Digital Economics – Principles, Methods and Applications***, Cambridge : Cambridge University Press, 2007, p.291-310 ; HATCHUEL A., LAUFER R.

inapte à préserver ses intérêts (mauvaise réputation) et ceux de ses partenaires (mauvaise recommandation) et capable de porter atteinte à autrui (diffamation, usurpation). Les recherches en économie comportementale, même si elles achoppent sur des questions méthodologiques[467], prennent appui sur des biais cognitifs (excès d'optimisme, défaut d'appréciation des enjeux à long terme) pour montrer l'illusion d'une aptitude individuelle à l'autorégulation dans les transactions marchandes[468] :

> « Les conclusions auxquelles nous sommes parvenus suggèrent qu'il est difficile de faire confiance aux individus pour prendre les décisions les plus conformes à leurs intérêts lorsqu'il s'agit de leur vie privée. », (ACQUISTI, 2011)

Dans leurs travaux, COUTANT & STENGER montrent en effet que les internautes n'ont qu'une faible conscience de l'exploitation de données personnelles qu'ils mettent en ligne, intentionnellement (dans les productions éditoriales) ou non (par la capture des opérateurs)[469].

En dehors de ces résultats, si nous ne sommes pas en mesure d'établir la performativité, au niveau cognitif, de la réputation et de la recommandation, nous pouvons attester de son appareillage : cette impasse est peut-être un élément de réponse, attestant moins du rôle social de la réputation que d'un discours d'incitation à des pratiques aux bénéfices des acteurs économiques d'un tel dispositif. Ainsi, en deuxième lecture, la page d'accueil d'*Amazon* chercherait moins à équilibrer l'information au profit d'un prospect qu'à placer ses produits pour tirer un bénéfice économique de son rôle d'opérateur du dispositif.

(dir.), *Les nouvelles fondations des sciences de gestion*, Paris, Vuibert, 2008 ; STENGER T., « Les processus de décision d'achat de vin par Internet : entre recherche d'information et prescription en ligne », *Décisions Marketing*, vol.49, n° 3/4, 2008, p.59-70 ; STENGER T., COUTANT A., « La prescription ordinaire de la consommation sur les réseaux socionumériques : de la sociabilité en ligne à la consommation ? », *14èmes journées de recherche en marketing de Bourgogne*, Dijon : Université de Bourgogne, 2009

467 « Une analyse empirique peut débuter avec la comparaison des données disponibles sur le taux d'adoption des technologies de protection qui offrent un refuge immédiat contre les intrusions mineures mais pénibles de la vie privée (…) avec les données sur l'adoption des technologies qui offrent une protection nettement moins perceptible à l'encontre des risques plus dangereux mais également moins visibles. ***Toutefois, seule une approche expérimentale dans un environnement contrôlé et sur différentes périodes de temps pourrait nous permettre de distinguer l'influence de plusieurs facteurs. Les enquêtes seules ne suffisent pas dans la mesure où nous avons montré que les attitudes durant les périodes d'enquête correspondent rarement aux décisions prises le moment venu. Une vérification expérimentale est prévue dans notre programme de recherche en cours*** », ACQUISTI A., « Les comportements de vie privée face au commerce électronique : une économie de la gratification immédiate », *Réseaux*, vol. 29, n° 167, 2011, p.105-130. Citation p.126. Nous soulignons.

468 BRANDIMARTE L., ACQUISTI A., LOEWENSTEIN G., "*Misplaced Confidences : Privacy and the Control Paradox*", *Social Psychological and Personality Science*, *OnlineFirst, Sage Publications*, 09/08/2012

469 COUTANT A., STENGER T., « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », *Les enjeux de l'information et de la communication*, 2010

B, Le paysage réputationnel

Afin de faire précéder la réputation des interactants qu'ils pourraient rencontrer, et de maximiser les prescriptions, les sites web vont multiplier les « signes-passeurs » de la réputation[470].

C'est pourquoi les places de marché entre particuliers (type *eBay*), les sites de socialisation et les communautés d'usagers proposent et promeuvent des « sceaux d'approbation »[471] : nous avions présenté le bouton « J'aime » de *Facebook*, *Google* a développé le *+1*, *Twitter* fait de même avec le bouton RT (*ReTweet*). Historiquement, le signe +1 était déjà en usage sur les forums (ainsi que le verbe « plussoier »), et les utilisateurs de *MySpace*, et les hellénistes, distribuaient des « *kudos* » (laurier, gloire en grec) à leurs interlocuteurs qui s'étaient montrés méritant. Sur *Twitter* toujours, cette pratique de monnaie virtuelle a donné lieu à des initiatives comme les *Twollars*[472] et les *Whuffies*[473].

L'indice de *Klout* est l'archétype de ce paysage et de la computation de données émanant de différents sites web : il se propose en effet d'agréger différentes métriques provenant de *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Foursquare*, *Wikipédia* et *Google+*. L'indice, réduit à un simple chiffre, est complété par des rapports d'influence (qui influence qui) et un positionnement dans 16 quadrants (selon que les productions éditoriales se situent entre partage et création, généralités et focalisation, écoute et participation, faits et opinions)[474]. Certaines agences de communication, en charge de la gestion d'une communauté d'utilisateurs centrée sur une marque (*community management*), et de la veille réputationnelle de cette marque, intègrent l'indice de *Klout* dans leurs critères de recrutement[475]. D'autres intermédiaires, surtout centrés sur *Twitter*, proposent des évaluations de profils : *Twittercounter* ou *Tweeter Karma* en sont quelques exemples[476].

---

470 Les signes passeurs sont un concept développé par J. DAVALLON et Y. JEANNERET pour éclairer « la fausse évidence du lien hypertexte » : au-delà du caractère instrumental opéré par le clic, le signe passeur invite à interpréter ce vers quoi il tend (dans l'espace de réception), et ce en quoi il procède de l'imaginaire du concepteur (dans l'espace de production). DAVALLON J., JEANNERET Y., « La fausse évidence du lien hypertexte » *Communications et Langages*, n°140, 2004 : 43-54.

471 KLEIN D., SHEARMUR J., 1997, *op. cit.*

472 <twollars.com>

473 Dans le roman de Cory DOCTOROW, *Dans la dèche au royaume enchanté* (*op. cit.*, voir note n°81), le « whuffie » est une monnaie virtuelle associée aux agissements individuels. « J'ai pingué son whuffie plusieurs fois, et j'ai remarqué qu'il grimpait avec régularité au fur et à mesure que Dan accumulait davantage d'estime de la part des gens qu'il rencontrait », (DOCTOROW, 2008 : 16)

474 <klout.com/corp/kscore>

475 <www.quechua.com/upload/wysiwyg/Quechua-Stage-Community-Management-2012.pdf>, consulté le jour de la diffusion (16/08/2012), la référence a été supprimée depuis.

476 <twittercounter.com> et <dossy.org/twitter/karma>

Si ces signes sont la manifestation d'une approbation, et relèvent de l'intention de ceux qui ont cliqué dessus, la visite d'une page peut également entrainer une production de données statistiques, parfois personnelles (avec la collecte de l'adresse IP), grâce auxquelles les administrateurs des sites peuvent gérer le flux et l'affichage de pages, identifier des segments de populations (et de plateforme de navigation), tracer le parcours sur le site (depuis les sites référents jusqu'à la destination de sortie). Sur cette base, certains peuvent décider de monnayer l'hébergement d'espaces publicitaires auprès de régies spécialisées. Ici, *Google* offre à la fois l'outil statistique (avec *Analytics*) et la régie (côté annonceur/espace de production avec *AdWords*, côté hébergeur/espace de réception avec *AdSense*)[477]. Ces statistiques, ses « signes passeurs », mais également le *PageRank* des documents et les résultats de requête des moteurs de recherche façonnent ce que Gloria ORIGGI appelle un « paysage réputationnel »[478].

En plus de tels signes, certains individus, ainsi que les plateformes qu'ils utilisent pour l'occasion, jouent le rôle d'« agent-facilitateur »[479] : ces pratiques sont nommées par ALLOING & DESCHAMPS de la « curation sociale »[480]. Comme on peut le voir dans l'Ill. n° 12 (page d'accueil d'*Amazon*), les recommandations algorithmiques précèdent en nombre et en place les recommandations sociales : c'est d'abord au système de computation qu'est confiée la prescription. Sur *Facebook*, le graphe social n'est pas plus prédominant dans le modèle éditorial : certes les amis ou abonnés comptent, mais les formes de recommandations algorithmiques (via *EdgeRank*) occupent la *Timeline* et remplacent les recommandations sociales. Ainsi, la capture de la prescription sociale – en mode endogène – alimenterait les capacités d'analyse et de diagnostic, du système, lui permettant de prendre comme décision de nouvelles prescriptions sociales ou marchandes : dans le modèle de AGRE, c'est la dernière étape, celle où le dispositif s'élabore tout seul.

Ainsi, les données saisies ou capturées, leur agrégation, computation, documentarisation, leur intermédiation et leur sémiotisation sont orchestrées par des sites web, parfois de manière indépendantes (comme *Klout* ou *TwitterCounter*), parfois dans le cadre de stratégies verticales

477 <www.google.com/analytics>, <www.google.com/adsense>, <adwords.google.com >
478 ORIGGI G., « Sagesse en réseaux : la passion d'évaluer », *laviedesidees.fr*, 2008, <www.laviedesidees.fr/Sagesse-en-reseaux-la-passion-d.html>
479 ALLOING C., « Curation sociale et agents-facilitateurs : Quel(s) impact(s)sur les stratégies d'information et de communication des organisations sur le web ? », *Colloque Médias 011 : Y a-t-il une richesse des réseaux ?*, Aix-en-Provence, 08-09/12/2011, <hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/65/13/33/PDF/Media011_CurationSociale_AlloingCamille_VDef.pdf>
480 ALLOING C., DESCHAMPS C., « Veille stratégique et Internet participatif : les usages des agents-facilitateurs remettent-ils en question le concept de signal faible ? », *Colloque spécialisé en Sciences de l'information : Mangement de l'information, défis et tendances*, Université de Moncton, (Canada), 7-8/06/2011

(comme *Google*). Ces dernières méritent une analyse particulière, et pas seulement parce qu'elles visent à s'accaparer les petites entreprises.

2.2, Les industries de la réputation

Lors de la conférence inaugurale du séminaire *Identités numériques* de l'ISCC, Jacques PERRIAULT avait annoncé « l'émergence d'une industrie de la réputation ». Une telle affirmation invite à revenir à la fois sur la temporalité de cette émergence, et sur son caractère industriel. Considérant l'ancrage socio-anthropologique de la réputation, nous reviendrons d'abord sur sa médiatisation traditionnelle, intégrant déjà des stratégies de diversification et consolidation (comme le groupe *WPP*). Nous verrons ensuite comment les acteurs traditionnels se sont investis dans l'économie numérique, en concurrence ou partenariat avec des acteurs propres à ce secteur.

A, Les acteurs traditionnels de l'information commerciale

L'emprise de la réputation et de la recommandation dans les pratiques laisse à penser que toutes les activités sociales ont mis en dispositif ces logiques. Nous nous attarderons uniquement sur les formes contemporaines de ces dispositifs.

La commensuration des acteurs économiques passe par plusieurs systèmes, regroupant des opérateurs et des métriques spécifiques. La liste qui suit n'a pas la prétention d'être exhaustive : il ne s'agit que d'exemples de classement montrant les enjeux d'y être ou de ne pas y être (et à quelle place).

- Dans le domaine de la finance et des entreprises
  - Agences de notations : *Moody's*, *Standard & Poor's*, *Fitch Ratings*[481]. Elles établissent un degré de confiance à destination des créanciers ; des indicateurs similaires sont utilisés dans l'affacturage
  - Indicateurs boursiers : *S&P 500*, *Fortune*[482], *Dow Jones*[483]. Classements du type *Magic Quadrant* de *Gartner*[484]

[481] <www.moodys.com>, propriété de *Moody's Analytics*, spécialisé dans l'info-médiation d'indicateurs de risque financier.
<www.standardandpoors.com>, filiale de l'éditeur scientifique *McGraw & Hill*. <www.fitchratings.com>, filiale de la holding française *Fimalac* (et de la *Hearst Corporation* : journaux, magazines, télévision, presse spécialisée). A revendu sa branche *Algorithmics* à *IBM*. A également investi dans l'hôtellerie (30% du groupe *Accor*)
[482] *Fortune 500* est un classement établi par le magazine *Fortune*, propriété de *TimeWarner* (anciennement *AOL TimeWarner*), <money.cnn.com/magazines/fortune/fortune500 >. Le groupe possède également de nombreux magazines (*Life*, *Time*), la chaine de télévision *CNN*, le studio de cinéma (*Warner*)

  - Annuaires : ***Kompass***, ***Pages Jaunes***[485]

- Dans le domaine scientifique
  - Plusieurs indicateurs scientométriques : l'indice de Hirsch, ou ***h-index*** (distribution des citations d'un chercheur), le score de ***Google Scholar***, le logiciel ***Publish or Perish***, les éditeurs de bases de données scientifiques disposent de leurs propres classements (***Scopus*** du groupe ***Elsevier***, le facteur d'impact d'une revue par le ***Journal Citation Reports***, ***Web of Science***, du groupe ***Thomson Reuters***)[486]
  - Classement des universités : l'***Academic Ranking of World Universities de Shangai***[487]
  - Diplômes et recrutement : secteur de commensuration institutionnelle[488], avec la présence d'associations ou d'ONG[489]. Des acteurs privés mettent en place des certifications qui leur sont propres[490]. Le secteur s'est déplacé en ligne avec les job boards (***Monster***, ***Cadremploi***, etc.)

- Dans le domaine médiatique
  - Au niveau individuel : le ***Bottin mondain***, du groupe ***Who's Who***[491], toutes les récompenses de type Oscar, Award, César, etc.
  - Au niveau sectoriel : gastronomie et tourisme (guide ***Michelin***)[492], mode (être en couverture de ***Elle***, être cité par Anne Wintour dans ***Vogue***), culture (faire la couverture de ***Wired***, être critiqué dans ***Télérama***, etc.), people (être ou ne pas être dans ***Voici***, ***Match***)[493]

---

483 ***Dow Jones*** appartient au ***Dow Jones Group***, propriétaire entre autres du ***Wall Street Journal*** et de la banque de données ***Factiva***, <www.dj.com/all-products.asp?link=djc-topnav-brands-more>. ***DJ Group*** est la propriété de la ***News Corporation*** (***Fox 20th Century***, ***National Geographic***, ***Harper Collins***), <www.newscorp.com/operations>

484 <www.gartner.com/technology/research/methodologies/research_mq.jsp>. ***Gartner*** est une agence leader dans le conseil aux entreprises.

485 <www.kompass.com> : propriété du groupe bancaire ***Natixis*** (***Caisse d'épargne*** et ***Banque opulaire***), ***via*** sa filiale ***Coface***, assureur en risque financier. Anciennement propriété du groupe ***PagesJaunes*** (***Mappy***, ***123People***, ***118008***), <www.pagesjaunesgroupe.com/content/sites-du-groupe>. Ce groupe provient d'ODA (***Office d'annonces***, anciennement ***Havas***, ***France Telecom***, ***Wanadoo***), aujourd'hui propriété à 54% du fonds d'investissement ***KKR*** (actionnaire en situation de contrôle de ***Legrand***, ***Toy's R'us***, ***Kodak***, ***Nielsen***).

486 <scholar.google.com>, <thomsonreuters.com/products_services/science/science_products/a-z/web_of_science>. Voir également le logiciel <www.harzing.com/pop.htm>

487 <www.arwu.org>

488 La réforme LMD (Licence Master Doctorat) est une démarche de commensuration des étudiants de la communauté européenne. La Commission européenne vise à établir une spécification de langage pour la documentarisation des diplômes, à travers un portfolio électronique nommé ***Europass***, <europass.cedefop.europa.eu/europass/home/hornav/Introduction.csp?loc=fr_FR>

489 L'ONG ***Educational Testing Service*** orchestre les TOEIC et TOEFL, <www.etsglobal.org/Fr/Fre>

490 Microsoft Certifications, <www.microsoft.com/Learning/fr>, Oracle Certifications, <education.oracle.com/pls/web_prod-plq-dad/db_pages.getpage?page_id=39>

491 <www.bottin-mondain.fr>, <www.whoswho.fr/page/qui-sommes-nous_presentation>

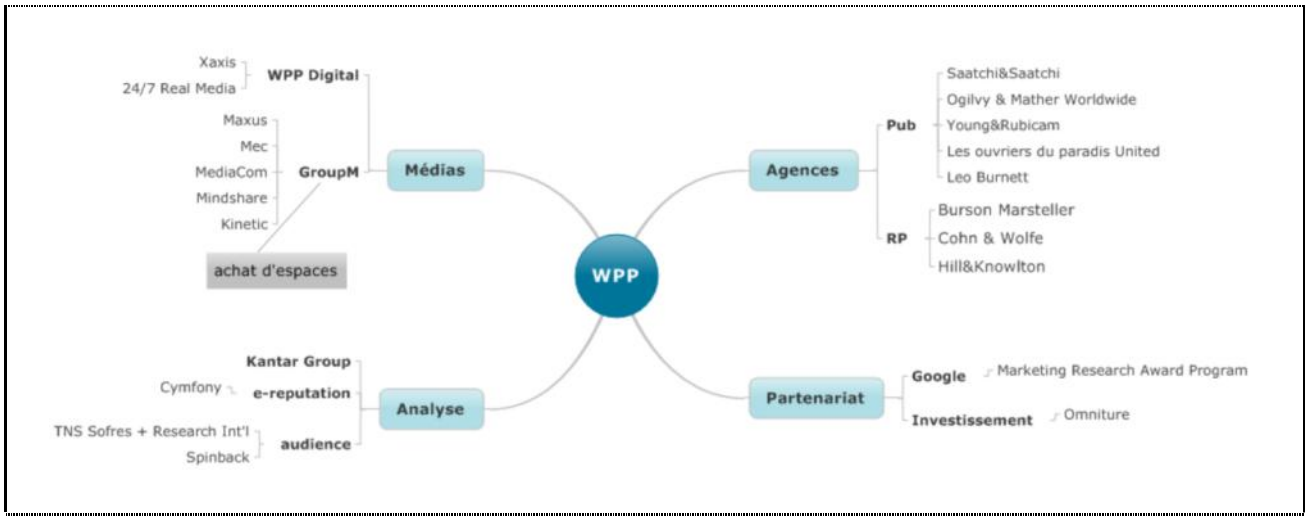
492 <restaurant.michelin.fr>, concurrencé par ***Gault & Millau*** (groupe ***SmartBox***), le ***Routard*** (***Hachette***), le ***Petit futé***

493 ***Vogue*** et ***Wired*** sont la propriété de la maison d'édition ***Condé Nast*** (***Glamour***, ***The New Yorker***, ***Vanity Fair***), du groupe ***Advance Publications***, <www.condenast.com/brands>, <www.advance.net/index.ssf?/advance_publications/about_advance_publications.html>. ***Elle*** et ***Match*** sont des magazines édités par ***Hachette Filipacchi Médias*** (***Lagardère Publishing***), propriété du groupe ***Lagardère*** (***Europe1***, ***RFM***, ***Gulli***, le ***JDD***, ***doctissimo.fr***). Les magazines étrangers ont été revendus à la ***Hearst Corporation*** (copropriétaire avec la Fimalac de Fitch Ratings), <www.lagardere.com/activites-145.html> et <www.hachette.com/editeurs.html>. Le magazine ***Voici*** appartient

Cette liste fragmentaire fait ressortir une convergence entre les secteurs éditorial et financier, la logique assurantielle conduisant à réduire l'asymétrie informationnelle par la production massive et la distribution d'indicateurs financiers, bancaires, boursiers, économiques, etc., ces compétences étant par la suite appliquées à d'autres domaines. Nous proposons dans la section suivante de revenir sur un groupe publicitaire ayant mis en place une couverture complète de ces compétences.

B, Étude de cas : le groupe WPP

Wired Plastic and Products est une *holding* ayant rachetée de nombreuses agences de publicité (*Ogilvy & Mather*, *Young & Rubicam*, *Saatchi & Saatchi*, *Leo Burnett*), des cabinets de relation publique (*Hill & Knowlton*, *Burson-Marsteller*), des régies d'achat d'espaces publicitaires (*GroupM*) et des entreprises d'analyses et statistiques marketing (*Kantar Group*, *TNS Sofres*, *Research International*)[494].



Ill. n° 15 : WPP

L'une des entités du groupe, *Kantar Media*, édite *Cymfony*, un logiciel de fouille de données dans les productions éditoriales des réseaux socionumériques et d'autres sites de discussion en ligne[495]. Logiciel de capture et d'analyse, ses données sont versées dans un silo nettement plus vaste.

---

au groupe *Bertelsmann* (*RTL*, *Der Spiegel*, *Groupe M6*, *Fun radio*, *Girondins de Bordeaux*), la branche de gestion des droits numériques a été cédée au groupe *KKR*, (54% des *PagesJaunes*, actionnaire de *Kodak*, *Nielsen*, etc.)

494 <www.wpp.com/wpp/about/whatwedo>. La réputation de *Burston-Marsteller* provient de la (méthode de) défense de celle de ses clients : *Facebook* a ainsi mandaté l'agence pour une campagne de diffamation à l'encontre de *Google*, <www.wired.com/business/2011/05/facebook-google-smear> et <www.01net.com/editorial/532741/facebook-paie-une-agence-pour-discrediter-google>

495 <www.visibletechnologies.com>

En effet, ***GroupM*** et ***WPP Digital*** ont créé ***Xaxis*** (en juin 2011)[496], une base de données comportementales des achats réalisés par les clients de la ***holding***, et permettant ***via*** les analyses informatiques, d'identifier les niches où acheter des espaces publicitaires pour les autres clients de la holding. Cette base de données cumule à la fois la capture de données (comportements d'achat), la documentarisation (enrichissement des données), la computation (analyses et statistiques), dans un espace de production comme de réception (achat d'espaces qui seront analysés à leur tour). L'entreprise a ainsi signé un partenariat avec ***Facebook Exchange***, le centre d'analyse et la régie d'espaces pour la publicité comportementale en temps réel (une interaction avec l'un des dispositifs du site – J'aime, statuts – conduisant à l'affichage d'un message publicitaire contextualisé). L'association des deux BDD et des puissances de calcul des deux entreprises pourraient bien conduire à cette « base de données des intentions » dont parlait John Battelle. Avec la même inquiétude qui caractérisait la fin de son article, ***Xaxis*** suscite également des interrogations en termes de respect de la vie privée et du traitement industriel des données personnelles, notamment au sein du Parlement européen[497].

C, Les acteurs des médias numériques

Plusieurs facteurs déjà identifiés se retrouvent dans l'économie numérique de la réputation et de la recommandation.

- L'énonciation éditoriale, dont relèvent les mécanismes conduisant à la diffusion en ligne d'un message publicitaire, ***a fortiori*** d'un message personnalisé, tant ils convoquent d'acteurs différents. Nous avions vu avec ***WPP*** la combinaison d'entreprises participant au groupe et lui permettant de couvrir tous les domaines de la recommandation. Les dernières avancées technologiques, à la fois en analyse

[496] <www.wpp.com/wpp/press/press/default.htm?guid={18112332-684f-4027-8feb-ff465bba398f}>

[497] La question au Parlement concerne le respect des données personnelles des ressortissants européens, <www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+WQ+E-2011-006946+0+DOC+XML+V0//FR>. Mme Vivianne Redding, vice-présidente de la commission Justice, Droits fondamentaux et citoyenneté, répond qu'il appartient aux autorités locales de diligenter des procédures si elles estiment que les droits fondamentaux sont bafoués, mais signale également que les données traitées par ***Xaxis*** pourraient ne pas être des données personnelles (l'identifiant restant chez ***Facebook***, un identifiant tiers est fourni à ***Xaxis***). Enfin, la Commission ne dispose pas d'assez d'informations sur le sujet, notamment en ce qui pourrait concerner une situation de monopole de la part de ***WPP***, <www.europarl.europa.eu/sides/getAllAnswers.do?reference=E-2011-006946&language=FR>

comportementale et en affichage médiatique, permettent aujourd'hui de placer des publicités contextualisées[498]. Ces avancées sont souvent le fait de jeunes entreprises.

- La multiplicité des micro acteurs : comme tout marché innovant, certaines des entreprises pionnières dans la gestion de la réputation numérique ont proposé des solutions passablement « artisanales », tandis que d'autres relevaient d'initiatives personnelles bricolées à l'intérieur des sites web[499]. À un niveau plus professionnel, mais très localisé géographiquement, de nombreuses agences proposent des activités de gestion en ***e-reputation*** (veille, nettoyage de la réputation, conseils stratégiques, animation de communautés)[500]. Ces micros acteurs, spécialisés dans l'un des maillons de la chaine de valeur, attirent l'attention d'entreprises en raison de leurs clients, du dynamisme de leurs fondateurs et employés, et de leurs brevets.
- Les partenaires techniques offrent des solutions d'hébergement, de maintenance, d'optimisation des puissances de calcul des serveurs et de la bande passante. La société ***Akamai*** est par exemple spécialisée dans le cache des images stockées sur d'autres sites : elle permet ainsi d'afficher sur ***Amazon*** toutes les illustrations du catalogue en garantissant une vitesse de chargement supérieure à celle d'***Amazon*** ; il en va de même avec le placement et l'affichage des publicités[501]. ***Cisco*** (partenaire financier de l'un des leaders de la mesure d'audience en ligne, ***Quantcast***[502]), ***IBM*** et

498 L'analyse sémantique de contenu, de sentiments ou d'opinions (***sentiment analysis/opinion mining***), la fouille de données, la publicité de proximité avec les puces NFC ou les QR Codes, l'analyse comportementale, la reconnaissance faciale sont autant de méthodes employées pour placer des publicités à partir – respectivement – des statuts publiés, des historiques et des enregistrements, d'une puce NFC ou d'une caméra de téléphone mobile s'approchant d'un panneau publicitaire, des gestes, des visages, du sexe et de l'âge. Ces méthodes sont par exemple en phase d'expérimentation dans des lieux de divertissement : des capteurs peuvent saisir l'ambiance d'une boite de nuit à partir de différentes origines corporelles et ainsi déterminer la programmation musicale, la dispersion de parfums, le réglage de lumières dans les locaux. Voir BOULLIER D., LOHARD A., « Opinion mining et Sentiment analysis. Méthodes et outils», OpenEdition Press, coll. « Sciences Po Médialab », 2012 ; GRIVEL L. (coord.), ***Analyse d'opinion sur Internet***, ***Les Cahiers du numérique***, vol. 7, n°2, 2011, 160 pages.

499 BEUSCART J.-S., « Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique », ***Réseaux***, vol.6, n°152, 2008, p.139-168. Lire également, du même auteur, OUAKRAT A., BEUSCART J.-S., MELLET K., « Les régies publicitaires de la presse en ligne », ***Réseaux***, vol.2, n°160-161, 2010, p.133-161

500 Camille ALLOING a répertorié 187 agences en France proposant des solutions de e-reputation, (au 17/03/2012) : <caddereputation.over-blog.com/article-26988418.html>. Aref JDEY, consultant chercheur en SIC, en a fait de même, incluant les éditeurs de logiciels (veille, statistiques, fouille de données), <www.demainlaveille.fr/2009/08/24/e-reputation-market-map-carte-du-marche-de-la-e-reputation>

501 La société de conseil en investissement ***Luma*** publie régulièrement des panoramas sectoriels : celui sur la publicité en ligne permet de prendre connaissance des différents métiers impliqués, <www.lumapartners.com/lumascapes/display-ad-tech-lumascape>. Sur ces bases, nous avions également établi une représentation visuelle des acteurs de la réputation numérique, <www.identites-numeriques.net/26-09-2011/la-carte-et-le-territoire-de-la-reputation>, voir également en annexe 14

502 <www.quantcast.com>

d'autres entreprises offrent des compétences techniques extrêmement développés que les fournisseurs de contenus ou de services en aval de la chaine ne peuvent ni ne veulent gérer.

– L'oligopole : outre ***WPP***, nous aurions également pu citer les groupes ***Publicis*** (dont la filiale ***Vivaki*** permet de traiter les comportements des visiteurs d'***Amazon*** ou ***Facebook***), ***Omnicom***, ***Interpublic Group***, les quatre plus grandes multinationales du secteur publicitaire. Dans le domaine des ***pure players***, les GAFA (***Google***, ***Amazon***, ***Facebook***, ***Apple***) agissent également par concentration verticale et horizontale, à partir de leur activité d'origine (respectivement : la recherche documentaire, la librairie, la mise en relation sociale, le matériel). Les efforts de concentration s'articulent autour des brevets[503], partenariats[504], rachats[505], y compris entre concurrents[506]. Chacun des éléments ainsi contrôlés est intégré de manière modulaire dans l'écosystème (une plateforme centrale avec des modules actualisables indépendamment, et provenant chacun d'un effort de concentration)[507]. ***Google*** est l'archétype d'une entreprise avec un spectre horizontal très large. Dans le tableau en annexe 15, les principaux secteurs d'activité de l'entreprise montrent dans quelles

503 ***Facebook*** rachète les brevets de ***Friendster*** (l'un des pionniers des réseaux socionumériques) ; Facebook a également déposé un brevet sur le croisement des données dans le cadre de la publicité ciblée, < appft.uspto.gov/netacgi/nph-Parser?Sect1=PTO2&Sect2=HITOFF&u=%2Fnetahtml%2FPTO%2Fsearch-adv.html&r=1&p=1&f=G&l=50&d=PG01&S1=20110231240.PGNR.&OS=dn/20110231240&RS=DN/20110231240> ; pour ***Google***, voir les brevets ***AuthorRank***, ***Ripples***, ***PageRank***, ainsi que les procès qui opposent ***Apple*** et ***Samsung*** sur les tablettes électroniques ; ***Amazon*** a réussi à conserver son brevet pour l'achat ***1-Click*** (non reconnu comme tel en Europe) : la facilité de l'utilisation de ce dispositif dans le cadre du commerce électronique inquiète d'ailleurs beaucoup ***Google***, <www.businessinsider.com/forget-apple-forget-facebook-heres-the-one-company-that-actually-terrifies-google-execs-2012-8>

504 ***Facebook*** s'est associé avec ***CNN*** (pour la diffusion en continu d'informations télévisées), ***Spotify*** (pour la diffusion en continu de morceaux musicaux), ***Microsoft*** (et ***Bing*** pour les fonctions de recherche), ***Skype*** (pour la diffusion de visioconférence) et ***Amazon*** (pour la recommandation des produits du catalogue) : <cnnpressroom.blogs.cnn.com/2012/07/09/cnnfacebookelex2012/>, <techcrunch.com/2011/07/01/facebook-will-launch-in-browser-video-chat-next-week-in-partnership-with-skype>, <www.bing.com/community/site_blogs/b/search/archive/2010/02/05/enhanced-cooperation-with-facebook-on-search.aspx> , <www.skype.com/intl/fr/features/allfeatures/facebook> et <mashable.com/2010/07/27/amazon-facebook-recommendations>

505 Après s'être emparé d'un fournisseur de services en ligne (***CompuServe***), et d'éditeurs logiciels célèbres à leur époque (***ICQ***, logiciel de clavardage ; ***Netscape***, client de navigation web ; ***Nullsoft***, logiciel audio), le fournisseur d'accès ***AOL*** a racheté les magazines en ligne <engadget.com> (nouvelles technologies), <techcrunch.com> (informations financières sur les nouvelles technologies) et ***Huffington Post*** (journal d'information et d'opinion, <www.huffingtonpost.com>). ***Amazon*** a racheté le site d'audience ***Alexa***, <www.alexa.com>.

506 ***Publicis*** a racheté à ***Microsoft*** la société ***Razorfish***, spécialisé dans le marketing interactif, <www.razorfish.com/img/content/Razorfish_Factsheet_May2011.pdf> ; et a racheté à ***Google*** la société ***Performics***, spécialisé dans la statistique marketing, <www.performics.com/about-us/who-we-are>

507 Le site <www.socialthing.com> est devenu ***AOL Lifestream*** lors de son rachat (logiciel en ligne de production éditoriale multi-RSN)

mesures les solutions logicielles proposées par *Google* sont basées sur des rachats de compétences de *start-up*, voire d'entreprises ou de branches déjà solides. Des enquêtes anti-trust sont d'ailleurs en cours, en Europe ou en France[508].

- La convergence sectorielle : alors que les industries de la certification d'identité ont pour héritage des entreprises du secteur militaire, la réputation prend ses sources dans la gestion du risque financier et dans les médias traditionnels. La financiarisation des jeunes entreprises passe aussi beaucoup par des fonds d'investissement, des holdings, des agences de capital-risque, des *business angels*[509]. Des holdings investissent également l'économie numérique[510], en nouant des partenariats avec des acteurs disposant d'atouts techniques[511]. Enfin, des stratégies visent à faire se rencontrer les industries de la certification d'identité avec celles de la réputation, en associant les processus de la certification aux bases de données de la réputation[512].
- Les effets de bord du marché : l'assureur *Axa* propose depuis peu un contrat de prévention contre les risques d'usurpation d'identité et d'atteinte à la réputation personnelle[513]. En plus des filières universitaires intégrant les médias sociaux, le

[508] Bruxelles : à propos du rachat de *Motorola Mobility*, <europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/12/129> ; Paris : abus de position dominante sur le marché de la publicité en ligne, <www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?id_rub=367&id_article=1513>

[509] Entre autres exemples, Reid Hoffman (fondateur de *LinkedIn*), a investi dans *Seesmic*, *Ping.fm*, *Facebook*, *Dopplr*, *Kongregate*, *Ning*, *Zynga*, *Friendster*, *Digg*, *Flickr*, *Socialtext*, *Technorati*, tous des sites web ou des entreprises en position de leadership sur leurs créneau respectif : *Seesmic*, comme *Socialtext*, sont des logiciels de production éditoriale compatibles avec de multiples réseaux socionumériques (*ping.fm* a fusionné avec *Seesmic*), *dopplr* est un assistant touristique en ligne, *Kongregate*, comme *Zynga*, est une plateforme de jeux (accueil de jeux produits par des *start up*), *Ning* est un logiciel en ligne de création et animation de communautés, *Digg*, comme *Technorati*, est un portail d'informations par prescription sociale, *Flickr* est un site d'hébergement d'images avec fonctions de partage et socialisation,

[510] Le russe *Digital Sky Technologies* est le deuxième actionnaire de *Facebook*, et a également investi dans *Groupon* (site de coupons de réduction localisés en ligne), *Spotify* (site de diffusion musicale), *Zynga* (plateforme de jeux en ligne), <dst-global.com>

[511] *The Blackstone Group* (parc de loisirs : *Merlin*, *Tussaud*, *SeaWorld*, *Legoland*) et *KKR* se partagent *Nielsen Online*, qui avec *Médiamétrie* édite le panel *NetRatings* (audience web), <fr.nielsen.com/site/index.shtml>, <www.mediametrie.fr/internet>.

[512] C'est le cas de *Google* avec ses offres *Checkout* et *Wallet* (paiement en ligne et micropaiement), et *eBay* avec *Paypal*. L'interrogation subsiste quant au rapprochement entre *Twitter*, dont son fondateur Jack Dorsey vient de créer une entreprise, *Square*, fournissant un dispositif de micropaiement pour téléphones mobiles. Les process de certification des deux entreprises ont des racines communes : nous nous demandons dans quelle mesure la base de données de *Twitter* va être intégrée dans celle de *Square*.

[513] <www.axa.fr/prevoyance-protection-des-proches/Pages/protection-familiale-integrale.aspx>

community management et l'e-réputation, il faut noter le passage au cran supérieur avec la création de l'Institut Supérieur de l'E-reputation[514].

En raison d'une part des stratégies déployés par ces acteurs, et d'autre part de la proximité des activités avec les industries culturelles, il nous apparait que les industries de la certification d'identité et de la réputation (ICIR) semblent coïncider avec celles des industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC).

2.3, Le partenariat entre ICIC et ICIR

A, Circonscription des industries culturelles

Dans le cadre de l'École de Francfort, la théorie critique de Theodor ADORNO et Max HORKHEIMER a porté sur le procès d'industrialisation de la culture, la ***Kultuindustrie***[515]. Partant de ce terme, l'industrie culturelle (au singulier), et de ce thème, de nombreuses analyses ont enrichi l'analyse de ce processus, d'autant plus enrichi que les progrès des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication ont prêté le flanc à la critique. Devenues plurielles, ces « industries culturelles » recouvrent l'édition imprimée et le multimédia, les productions radiophoniques, cinématographiques, télévisuelles et phonographiques. En France, c'est l'ouvrage ***Capitalisme et industries culturelles*** qui a contribué à réactiver la dialectique des auteurs originaux[516]. En 1980, Patrice FLICHY a également contribué à l'analyse des ***Industries de l'imaginaire***[517]. Au Canada, ces travaux vont initier la contribution d'autres chercheurs : d'ailleurs, parmi eux, G. TREMBLAY signalera que si les spécificités désignant ces industries se retrouvent dans d'autres secteurs d'activité, les industries culturelles sont les seules à les regrouper toutes[518]. Pourtant, la circonscription de ces industries semble problématique : alors que, à la suite d'ADORNO &

514 <is-er.com/iser>, cette formation est un DU de niveau Master et est dispensée par l'institut privé ISER en partenariat avec l'Université de Strasbourg

515 ADORNO T., HORKHEIMER M., ***La dialectique de la raison : fragments philosophiques***, Paris : Gallimard, (1947), 1974 ; ADORNO T., « L'industrie culturelle », ***Communications***, n°3, 1964, p.12-18

516 HUET A., ION J., LEFEVRE A., MIÈGE B., PÉRON R., ***Capitalisme et industries culturelles***, Grenoble : PUG, 1978 (2ème édition en 1984 avec postface de B. MIÈGE).

517 FLICHY P., ***Les industries de l'imaginaire***, Grenoble : PUG., 1980

518 TREMBLAY G., « Industries culturelles, économie créative et société de l'information », ***Global Media Journal***, vol.1, n°1, 2008, p.65-68

HORKHEIMER, des chercheurs comme P. BOUQUILLION[519] ou J.-G. LACROIX[520] (dans leurs projets d'une théorie des industries culturelles), G. TREMBLAY[521] (confronté à l'actualisation des NTIC) ou P. CHANTEPIE et A. LE DIBERDER[522] (dans des ouvrages plus généralistes), parlent au début des « industries culturelles », les mêmes ou d'autres chercheurs préféreront plus tard élargir le spectre aux « industries de contenu »[523], aux « industries culturelles et médiatiques » (ICM)[524], puis aux « industries de la culture et de la communication »[525], aux « industries de la culture, de l'information et de la communication » (ICIC)[526], et enfin aux « industries créatives »[527].

Le positionnement de ces industries les unes par rapport aux autres est également assez flou : les industries de contenu et celles de la communication semblent tantôt s'opposer, tantôt se rejoindre (BOUQUILLION 2008 versus 2009) ; les ICM s'intégreraient au sein des « industries créatives »[528].

Nous ne voulons toutefois pas rendre plus complexe l'identification de ces différents secteurs, ni chercher à les circonscrire et repositionner les uns par rapport aux autres, notre approche concerne uniquement la complémentarité entre ICIR et ICIC, terme que nous retiendrons pour son

519 BOUQUILLION P., « Les industries de la culture face aux industries de la communication : l'actualité des théories des industries culturelles », *Actes du 16ème congrès de la SFSIC*, 2008a, <www.sfsic.org /congres_ 2008 /spip.php?article65>

520 LACROIX J.-G., « Pour une théorie des industries culturelles », *Cahiers de recherche Sociologique*, vol.4, n° 2, 1986, p.5-18

521 TREMBLAY G., « La théorie des industries culturelles face au progrès de la numérisation et de la convergence », *Sciences de la société*, n° 40, 1997, p.11-24

522 CHANTEPIE P., Le DIBERDER A., *Révolution numérique et industries culturelles*, Paris : La Découverte, coll. « Repères », 2010

523 MIÈGE B., *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble : PUG, 2000

524 GARNHAM N., "*Contribution to a Political Economy of Mass-communication*", in COLLINS R., CURRAN J., GARNHAM N. *et al.* (dir.), *Media Culture & Society, a Critical Reader*, London : Sage, 1986, p.9-32 ; MIÈGE B., « Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique », in OLIVESI S. (dir.), *Les sciences de l'information et de la communication*, Grenoble : PUG, 2006, p.163-180 ; PERTICOZ L. « Envisager le jeu vidéo comme une filière des industries culturelles et médiatiques », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 1, 2011, p. 94-111

525 BOUQUILLION P., COMBÈS Y., *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris : L'Harmattan, 2007 ; BOUQUILLION P., *Les industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme*, Grenoble : PUG, 2008b

526 MIÈGE B., *L'information-communication, objet de connaissance*, Bruxelles : De Boeck & Larcier / Paris : INA, 2004

527 CAVES R., *Creatives industries, Contracts between art and commerce*, Cambridge/Londres : Harvard University Press, 2000 ; TREMBLAY, 2008, *ibid.* ; Collectif PANIC, *Culture numérique. Regards sur les industries numériques*, Le manuscrit, 2012. Un ouvrage divisé en quatre chapitres : « La filière du livre », par BENHAMOU F., MOUREAU N. et PELTIER S. ; « La filière de la musique enregistrée », par BACACHE M., BURREAU M. et GENSOLLEN M. ; « La filière audiovisuelle », par BEUSCART J.-S., MELLET K. et PASQUIER D. ; « La filière du jeu vidéo », par AURAY N. et DAVIDOVICI-NORA M.

528 CAVES, 2000, *op. cit.*

caractère synthétique[529]. SI les ICIR ne semblent *a priori* pas relever des industries créatives ou de contenu, nous proposons de présenter d'abord les éléments communs des ICIC, ainsi que leurs spécificités, afin de voir ensuite dans quelles mesures ces éléments sont applicables aux ICIR

B, Grille d'analyse des ICIC

L'objet premier de la théorie critique porte sur la reproductibilité technique des objets culturels. Suivront ensuite plusieurs logiques informationnelles-communicationnelles participant de l'industrialisation de la culture.

B.1 La reproduction de l'œuvre d'art à l'ère industrielle

Pour les auteurs de la théorie critique, l'acte de reproduction des œuvres annihile la créativité et *de facto* désacralise l'art. Pour Walter BENJAMIN, c'est à la perte de l'aura artistique que conduit ce procès : la sérialisation, la mécanisation et au final la marchandisation, mues par un même souci de rentabilité, marquent l'avènement de la culture de masse, le passage du cultuel au culturel[530]. Si l'industrialisation est le moteur d'un tel procès, ADORNO prend garde à ne pas mobiliser les éléments de sa critique dans sa propre analyse, produisant une méthodologie, pourrions-nous dire, sans commensuration[531]. Excluant du procès la rationalité scientifique, la rationalité technique incarne quant à elle une forme de pouvoir coercitif au service du capitalisme, tel qu'ils seront articulés tous les deux dans de nombreux travaux[532]. Pourtant, ces travaux s'attachent à déconstruire et modéliser les logiques socio-économiques nichées au cœur des processus informationnels-communicationnels contemporains[533]. Ainsi G. TREMBLAY définit-il ce qu'est une telle logique socioéconomique, définition à laquelle nous nous référerons par la suite :

529 Cette approche rejoint d'ailleurs l'appel à dépasser celles jugées trop « sectorielles » par B. MIÈGE, et qui le conduira à préférer les « méthodes interdimensionnelles » (MIÈGE, 2000 : 11).

530 BENJAMIN W., *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris : Allia, (1939), 2012

531 « Quand j'ai été confronté à l'exigence de "mesurer la culture", j'ai vu que la culture devait précisément être cette condition qui exclut une mentalité capable de la mesurer », ADORNO T., "*Scientific experiences of a European Scholar in America*", in FLEMING D, BAYLIN B. (dir.), *The Intellectual Migration : Europe and America 1930-1960*, Cambridge : Harvard Université Press/Belknap, 1969. Le chef d'orchestre Wilhelm Furtwangler, qu'appréciait Adorno, disait ainsi : « Faut-il battre la mesure ? La battue détruit le sentiment du flux mélodique », *Carnets, 1924-1954*, Genève : Georg, 1995. Citation page 42.

532 BOLTANSKI L., CHIAPELLO E., *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris : Gallimard, 1999 ; HUET, ION, MIÈGE *et al.*, 1978, *op. cit.* ; ILLOUZ, *Les sentiments du capitalisme*, 2006, *op. cit.*

533 Pour mémoire, avant d'être le Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication, le GRESEC – notre laboratoire de rattachement – était le Groupe de Recherches Socio-Économiques sur la Communication

> « Un ensemble de règles qui orientent la structuration et le fonctionnement d'un secteur industriel, qui déterminent les caractéristiques et l'articulation des fonctions de création, de mise à disposition et de consommation des produits culturels [...]. Elles structurent le jeu entre les acteurs, indépendamment de la volonté de chacun d'eux. Elles décrivent les tendances "macro" du système à un moment historique particulier. »[534]

Les références à une structuration de jeux d'acteurs résonnent, selon nous, avec le concept de configuration de Norbert ELIAS, (nous y reviendrons dans la III[ème] partie) : l'auteur estime d'ailleurs que les logiques socio-économiques sont à la fois des « conditions structurantes » et des « formes institutionnalisées », résonnant cette fois comme le modèle structurant-structuré de l'habitus de BOURDIEU, mais appliqué cette fois aux procès d'informationnalisation et de marchandisation. Enfin, la référence à un niveau macro renvoie aux trois niveaux de notre méthodologie interdimensionnelle.

Le passage à l'ère du numérique n'a fait que poursuivre ce procès d'industrialisation, avec une tendance marquée à la dématérialisation. Néanmoins, si, tout s'accélérant, se commercialisant, se standardisant, l'industrialisation en vient à expliciter des pratiques diverses (le sport, par exemple, les relations sociales), il ne faut pas l'entendre dans ces analyses comme une métaphore : le cœur du processus industriel réside dans une copie zéro, potentiellement reproductible, ou un prototype, que les industries vont chercher à standardiser (comme dans le jeu vidéo[535]). La production d'un original reproductible dégage des coûts fixes très élevés, qu'il faudra répartir par la suite[536].

La question que nous nous posons alors est de savoir si, partant de ces éléments de base, se référer à un procès d'industrialisation dans la certification d'identité ou dans la réputation relève de la métaphore illustrative ou de la logique socio-économique : autrement dit, quelle est la copie zéro de la réputation ?

Le passage à l'ère numérique s'accompagne d'une multitude de discours prophétiques, que nous ne présenterons pas ici, à l'exception de deux approches qui nous intéressent plus particulièrement : ce qu'il advient de la représentativité quand elle quitte le monde de l'analogique pour celui du

534 TREMBLAY, 1997 : 14, note 1, *op. cit.*
535 NATKIN S., *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle. Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris : Vuibert, 2004.
536 MŒGLIN , « Des modèles socio-économiques en mutation », in BOUQUILLION & COMBÈS, 2007, *op. cit.*, p.163-172

numérique, surtout quand elle prend pour objets la culture ou l'identité, et ce qu'il advient de ces objets numériques quand ils sont mis en mouvement dans une économie numérique[537].

La sociologue Anne GOTMAN, au début de ce chapitre, s'interrogeait sur la délégation du cadre de l'institution nominale à des agences privées. Son interrogation est la même pour les biens culturels : « Nous voyons que la reconnaissance de l'identification culturelle n'est pas poursuite de l'histoire, mais qu'elle signe la mort d'une histoire qu'elle rend disponible, ici, à l'exercice du pouvoir, ailleurs, aux entreprises de production de biens culturels. Car l'Église et l'État ne sont pas les seules agences d'identification. Le marché fait de même avec la mise en patrimoine de l'histoire de communautés et la conversion du social en culturel », (GOTMAN, 2008). Cette patrimonialisation s'applique aussi à l'identité, instituée dans un cadre, instanciée dans un dispositif qui capture, atomise, documentarise et compute des données personnelles. J.-L. Le MOIGNE résumait la réputation à une « expression téléologique d'expériences cognitives s'articulant systémiquement dans leurs contextes et susceptibles d'être manipulées (ou ***computées***) selon des procédures cognitives reproductibles »[538]. Ainsi, nous considérons qu'un algorithme, en tant que ***process***, est par nature reproductible, et surtout que les données informatiques résidant à la fois dans le stockage, distribué, et dans l'affichage, multi-écrans, sont de par leur ubiquité des éléments reproduits référents à un titulaire, des représentations, des reproductions d'un étant et d'un actant qui seraient la copie zéro.

En plus d'être une industrie de contenu (dont la créativité reste à interroger)[539], ***Facebook*** est également une industrie du prototype dans la mesure où, l'une des particularités de ces industries étant la modularité[540], son cycle de développement logiciel peut s'appliquer indépendamment sur chaque composant du site (interface, ***back-office***, fonctionnalités). Comme chez ***Google***, la phase ***beta*** est permanente[541]. Si les coûts de développement sont rationnalisés par cette modularisation,

537 DOUEIHI M., ***La grande conversion numérique***, Paris : Seuil, 2008 ; BOMSEL O., LE BLANC G., « L'économie numérique, une nouvelle économie ? », ***La Recherche***, n° 328, 2000

538 LE MOIGNE J.-L., 1995, ***op. cit.*** Citation page 17 ; nous soulignons.

539 La présentation des pratiques et usages présentée dans la II[ème] partie sera consacrée à cette créativité, ou performativité : dans quelles mesures les contenus publiés peuvent-ils être assimilés à ce que produisent les industries créatives ? Si la réponse est évidente pour les contenus mis en ligne par les partenaires du site (jeux, vidéos et autres réplications – modèle du courtage), elle l'est moins concernant ce que mettent en ligne les titulaires. C'est donc une hypothèse à valider plus tard, nous y reviendrons en section D2 à propos de ***Facebook*** et du « modèle socio-économique du salon ».

540 DE BUSTOS J. C. M., 2012, ***op. cit.***

541 Dans le cycle de développement d'un logiciel, une version officielle est précédée d'une phase alpha, testée en interne, une phase beta (testée auprès d'un petit échantillon extérieur), d'une version stabilisée (***release candidate***, distribuée auprès d'un échantillon plus grand). Successivement, les retours des utilisateurs permettent de corriger les erreurs de programmation et d'améliorer les fonctionnalités proposées. La tendance actuelle au

les coûts (et les transferts de coût) de stockage et de fonctionnement des serveurs sont par contre relativement problématiques : chez ***Facebook***, un membre coûte $1 par an, ce qui fait un milliard de dollars en charge de structure depuis que le site a dépassé le milliard d'inscrits[542].

B.2 Sept logiques informationnelles-communicationnelles

Sur la base de cette reproductibilité, l'industrialisation met en jeu sept logiques informationnelles et communicationnelles, telles qu'identifiées par B. MIÈGE[543.]

- L'**informationnalisation** caractérise la circulation croissante de flux informationnels dans les sphères privatives, professionnelles et publiques. C'est là le quotidien de l'agir communicationnel, tant pour les individus que pour les organisations. Mais l'auteur rajoute, en contrepoint des discours euphoriques sur le numérique et le web que « le procès d'informationnalisation ne se déroule pas dans le cadre permissif et quasi-libertaire que les promoteurs des réseaux assurent toujours avoir recherché ; il fait l'objet d'un contrôle social, d'une surveillance régulière et même d'opérations de censure. Et pour atteindre ce triple objectif, on ne cesse de perfectionner les logiciels de surveillance et de cryptage, qui ne sont pas utilisés seulement par les États autoritaires préoccupés de maintenir une certaine pression sur leurs citoyens tout en ne portant pas (trop) atteinte aux échanges professionnels. On doit se demander si le contrôle de l'information circulante sur/à partir des lieux de travail, pour des besoins de protection et de sécurité à l'intérieur, de surveillance des employés, n'est pas en train de prendre une ampleur démesurée dans nombre d'organisation qui justifierait une réelle mise en visibilité sociale, et sans doute une régulation attentive », (MIÈGE, 2007 : 76). Nous rajouterons que dans notre société, conquise par la surveillance (chapitre 1), le processus de capture – dans l'espace de noms de P. AGRE – s'applique également aux individus. De même, dans l'espace de noms de R. T. PÉDAUQUE, la documentarisation et redocumentarisation contribuent à l'informationnalisation (chapitre 2).

---

développement par des « méthodes agiles » (itération, incrémentation et adaptation) accélère ces phases, rendant le produit à la fois à la pointe de l'innovation et de la stabilité (en référence à Gilbert SIMONDON, nous parlerons de métastabilité dans la IIème partie), <agilemanifesto.org/iso/fr>

542 Le calcul provient des documents déposés auprès de l'autorité américaine de contrôle des comptes, étape précédent l'introduction de Facebook sur le marché des actions de New-York :
<www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000119312512034517/d287954ds1.htm#toc287954_3a>

543 MIÈGE B., ***La société conquise par la communication. Tome III : Les Tic entre innovation technique et ancrage social***, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2007

- La **médiatisation de la communication** caractérise la médiation sociale de contenus (y compris les données personnelles) instanciée dans un dispositif technique (ou techno-sémio-pragmatique, PERAYA).
- **L'élargissement du domaine médiatique** caractérise les attentes expressivistes et leur instanciation dans des médias non traditionnels et des dispositifs pluri-médiatiques (II^{ème} partie).
- La **marchandisation des activités communicationnelles** désigne la tendance à la tarification systématique des contenus et des services informationnels-communicationnels.
- La **généralisation des relations publiques** englobe un « arsenal d'actions et de campagnes » (commerciales, gestionnaires, managériales) permettant aux organisations (institutions et entreprises) d'officier « certaines modalités du fonctionnement social ».
- La **transnationalisation des activités et des flux informationnels-communicationnels** signale l'extra-territorialisation des acteurs et des contenus, malgré – pour ces derniers – la problématique d'un confinement linguistique. À noter que dans le domaine informatique, l'internationalisation d'un logiciel est une procédure relativement simple (comparativement à d'autres) et que la traduction des interfaces s'accompagne en général d'une phase massive d'adoption du service (comme ce fut le cas avec *Facebook*, traduit en mars 2008).
- L'**individualisation des pratiques sociales** marque la tendance sociale à l'individualisme et à la pratique d'activités informationnelles ou communicationnelles dans un cadre individuel (dont les symptômes successifs sont le *personal computer* et le téléphone mobile). Cette individualisation s'accompagne d'une formation aux usages des TIC (II^{ème} partie).

C, Les modes d'organisation des ICIC

Ces logiques motivent et reflètent en même temps les modes d'organisation et de fonctionnement des entreprises engagées dans l'industrialisation de la culture, de l'information et de la communication. Plusieurs stratégies sont à signaler :

- La **financiarisation** des ICIC repose sur deux stratégies complémentaires : la première ressort d'un contexte historique où la culture est considérée comme relevant des pouvoirs publics (surtout en France, où l'État tient encore le rôle de

régulateur), permettant aux entreprises de bénéficier d'un soutien public (par dotation ou exonération fiscale). Les actions de lobbying sont alors très fréquentes[544]. La deuxième option réside dans les opérations boursières réalisées par les entreprises, et notamment les holdings, profitant d'opportunités d'achat et revente d'acteurs des ICIC (sans nécessairement se situer dans ce domaine d'activités)[545] ; cet opportunisme se retrouve également dans le profit tiré de pratiques sociales. P. BOUQUILLION parle ainsi d'une stratégie du « passager clandestin » en expliquant que le succès de l'*iPod*, le baladeur numérique d'*Apple*, tient aux pratiques de téléchargement (illégal) de morceaux de musique encodés et mis à disposition sur les réseaux de pair-à-pair[546]. Une même logique ressortira de l'injonction à être soi, mise à profit par les réseaux socionumériques (II[ème] partie).

- **L'oligopole et la fourmilière** (formule d'A. HENNION et J.-P. VIGNOLE)[547] caractérise la configuration d'acteurs économiques, partagés d'une part entre une poignée de grandes entreprises (les major studios de cinéma, les principaux labels phonographiques, les grandes maisons historiques de l'édition, de la mode, etc.) et une légion de petites entreprises, situées dans un rapport de sous-traitance, et d'aliénation économique, avec leurs commanditaires[548]. C'est à ce niveau de division du travail que se déroule la chaine de valeurs[549], les petits acteurs étant situés en amont, du côté de la création et supportant de facto les risques et les coûts de

[544] Aux États-Unis, si l'État fédéral s'occupe peu des questions culturelles, son rôle de régulateur, notamment dans le NSTIC, et les problématiques liées à la transnationalisation incitent les grandes entreprises à mettre en œuvre des tactiques de lobbying particulières. Ainsi, ***Facebook*** a engagé dans son équipe Relations publiques l'ancienne assistante personnelle de Barack Obama chargée des questions législatives, tandis qu'une lobbyiste confirmée a été dépêchée à Bruxelles par M. Zuckerberg, <www.washingtonpost.com/blogs/post-tech/post/facebook-continues-dc-hiring-spree-with-white-house-privacy-expert-hires/2011/09/13/gIQANX4MPK_blog.html>. ***Google***, pour sa part, est, tout secteur confondu, l'entreprise ayant le plus dépensé en actions de lobbying auprès du Sénat américain. En Europe, le registre de transparence permet d'identifier les entreprises les plus actives dans le lobbying des institutions : dans le domaine du numérique et pour l'année 2011, ***Microsoft*** (avec 4,6 millions d'euros), ***Google*** et ***Facebook*** arrivent en tête (***Apple*** et ***Amazon*** ne saisissent pas leurs budgets dans le registre), <europa.eu/transparency-register/index_fr.htm>. Voir également BERTHELEMY C., « La carte des lobbyistes du numérique », ***OWNI***, 17/09/2012, <owni.fr/2012/09/17/la-carte-des-lobbyistes-du-numerique>
<soprweb.senate.gov/index.cfm?event=selectfields>

[545] BOUQUILLION P., « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication », ***Réseaux*** vol.3, n°131, 2005, p. 111-144.

[546] BOUQUILLION, 2008, ***op. cit.***

[547] HENNION A., VIGNOLE J.-P., ***L'oligopole et la fourmilière***, Paris : DGRST, 1978

[548] FLICHY, 1980, ***op. cit.*** ; HENNION A., ***Les professionnels du disque, une sociologie des variétés***, Paris : Métalié, 1981 ; MIÈGE, 1984 (postface à la 2[ème] édition de Capitalisme et industries culturelles)

[549] GENSOLLEN M., « La création de la valeur sur Internet », ***Réseaux***, n° 97, 1999, p.13-76

production, et les oligopoles en aval, du côté de la diffusion, en charge des coûts de stock. Parmi les petits acteurs, le non salariat semble de mise : les stagiaires de l'e-reputation dans les ICIR étant les intermittents du spectacle dans les ICIC. Les travaux récents sur l'amont de cette chaine de valeur intègrent l'économie des brevets d'une part[550], et la place de l'amateur-créateur de contenu[551]. Chez *WordPress*, *Facebook* ou *Google*, situés en tout en aval avec leurs interfaces de service, la division du travail en amont est opérée par les développeurs d'applications-tierces, pour lesquels la logique de relations publiques se manifeste dans les nombreuses conférences de développeurs[552]. Côté utilisateur, si nous ne pouvons pertinemment associer le membre de *Facebook* à un amateur-créateur de contenu dans le même sens que celui utilisé pour désigner les utilisateurs de sites comme *Flickr*, *DeviantArt*, *MySpace*, etc., nous proposons par contre de caractériser d'« anecdotiques »[553] les contenus publiés en mode endogène : Roger ODIN associe *Facebook* au mode du témoignage (ODIN, 2011 : 98), les modes esthétique ou artistique ne sont plus pertinents[554]. Enfin, entre les membres de l'oligopole, un milieu tout aussi concurrentiel qu'au sein de la fourmilière, s'opèrent des stratégies de parasitage, de synergie et de repositionnement[555].

- **La dialectique du tube et du catalogue** renvoie dos à dos les industries de la communication, dont les activités visent à garantir la distribution via des réseaux, des appareils, etc. et les industries du contenu dont les activités sont centrées sur la production de biens culturels. La consommation de ces biens à l'intérieur du catalogue est répartie selon une courbe nommée « longue traine » : certains biens sont massivement achetés sur un très court terme (best-seller, blockbuster) tandis

---

550 BULLICH V., « Éléments pour une approche communicationnelle du droit d'auteur », *17ème Congrès de la SFSIC*, Dijon, 2010

551 BOUQUILLION P., MATTHEWS J.-T., *Le Web collaboratif : mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble : Presses des Universités de Grenoble, 2010

552 <www.fbworldhack.com>, <central.wordcamp.org>, entre autres. Voir <en.wikipedia.org/wiki/Hackathon>

553 Nous donnerons un sens particulier à ce terme dans la IIIème partie, chapitre 7, consacré à l'espace anecdotique

554 Pour la définition, voir IIIème partie, chapitre 7, section 2.3, **Erreur ! Source du renvoi introuvable.**, en page 427

555 Parasitage chez *Google*, avec l'offre de services concurrents des logiciels en cours (*Gmail* versus *Outlook*) ; Synergie chez *Facebook*, avec les accords, parfois âprement renégociés, de ses partenaires, comme dans le cas de la plateforme de jeu *Zynga*, <www.lemonde.fr/technologies/article/2010/05/19/zynga-et-facebook-une-histoire-de-gros-sous-virtuels_1354208_651865.html> ; repositionnement avec l'abandon par *Yahoo!* de sa branche Recherche (pourtant activité originelle de l'entreprise), revendue à *Microsoft*

que d'autres connaissent une consommation beaucoup plus modeste, mais persistante sur le long terme[556].

- Le **double marché** ou marché double face (ou double versant) est une composante historique de la presse imprimée, mentionnée déjà par Emile de Giradin en 1836 et plus particulièrement traité dans l'économie industrielle par Nathalie Sonnac[557] : il désigne la dualité de l'offre et de la demande déclinée d'une part du côté des lecteurs (achat à l'unité, abonnement) et d'autre part du côté des annonceurs (achat d'espaces publicitaires). Il est possible également d'envisager un triple marché avec les subventions publiques. Or ce modèle n'est plus opérant dans les médias contemporains : les bouquets satellites, la presse gratuite, les logiciels en freeware bouleversent cette économie, de même que la multiplication des espaces et la segmentation de la demande (entre individualisation des pratiques et marchés de niche). « Il convient donc d'ajouter d'autres dispositifs de promotion des marchés et de stimulation des attentes et des demandes, que l'on désigne trop hâtivement comme des techniques de marketing » ; les modalités de co-construction, propre à la culture de fan, semblent également inopérantes[558] ; « par contre, on s'attache avant tout à "travailler" l'environnement de la consommation »[559]. En ligne, cela se caractérise par différents outillages basés sur les cookies : le simple affichage d'un bandeau publicitaire (facturé au CPM, un forfait pour mille clics), un affichage ciblé, ou « intermédiation automatisée » (combinaison d'*AdWords* côté annonceur et *AdSense* côté hébergeur, idéal pour les petites audiences), une « intermédiation chaude » (facturé au CpC, coût par clic, avec forte valorisation pour des contenus autoproduits et de qualité mis en relation avec des annonceurs ciblés, typique des petites régies rachetées par *WPP* ou *Publicis*), le social media marketing (idéal pour la communication de marque dans espaces à audience identifiée, typique de *Facebook*),

556 MIÈGE, 2007, *op. cit.* ; MŒGLIN , 2007, *op. cit.* ; ANDERSON C. "*The long tail*", *Wired*, vol.10, n°12, 2004, <www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html> ; pour une remise en cause de cette théorie, lire ELBSERSE A., OBSERHOLZER-GEE F., "*Superstars and Underdogs : An Examination of the Long Tail Phenomenon in Video Sales*", *Harvard Business School*, working paper, May 2007. Cité par BOUQUILLION, 2008, *op. cit.*

557 EVENO P., SONNAC N., « Les médias, une histoire d'argent ? », *Le Temps des médias*, 6, 2006, 6-8 ; Sonnac N., Médias, publicité et concurrence : interaction entre le marché des médias et le marché de la publicité, Habilitation à diriger des recherches, sous la direction de B. Miège, Université Stendhal-Grenoble 3, 2004

558 JENKINS H., *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006 ; dans le domaine du jeu vidéo, lire RAESSENS J., "*Computer games as participatory media culture*", in RAESSENS J., GOLDSTEIN J. (dir.), *Handbook of computer game studies*, Cambridge: The MIT Press, 2005, p.373-388.

559 MIÈGE, 2006 174-175, *op. cit.*

le *freemium* (un accès gratuit à des fonctionnalités de base ou des contenus simples, payant pour les fonctionnalités avancées ou les contenus de qualité, typique d'une certaine presse en ligne, ou de <wordpress.com>), le don et le bénévolat (les contenus ou le fonds de roulement sont assurés par les utilisateurs et les mécènes, typique de *Wikipédia*, *WordPress*, *Firefox* ou *MyMajorCompany*)[560].

C.1 Spécificités sectorielles

Les logiques informationnelles-communicationnelles et les modes de fonctionnement détaillés précédemment s'appliquent à l'ensemble des ICIC, toutefois la pluralité des secteurs qui composent cette branche industrielle invite à considérer pour chacun d'entre eux des spécificités, liés au support ou au marché historique. Ainsi, le cinéma est indéniablement le secteur le plus industrialisé[561]. Le livre n'échappe pas non plus aux mutations évoquées précédemment[562], de même que la télévision[563]. Dans le domaine de l'information, l'apparition d'acteurs comme *Google* et *Yahoo!*, avec leurs portails d'actualités, ont fortement perturbé une économie traditionnelle[564]. Les pratiques de documentarisation et redocumentarisation sont aussi convoquées[565], ainsi que les pratiques collaboratives[566]. Dans le domaine de la musique, *a fortiori* sur support numérique[567], et dans celui des jeux vidéos[568], la configuration des acteurs autant que les pratiques des usagers ont

560 BEUSCART J.S., DACHEUX C., MELLET K., « Les modèles d'affaires du web 2.0 », *Internet Actu*, 07/04/2008, <www.internetactu.net/2008/03/07/les-modeles-d%E2%80%99affaires-du-web-20>

561 MIÈGE, 2000, *op. cit.*

562 ROUET F., *Le livre : mutations d'une industrie culturelle*, Paris : La documentation française, 2000

563 SALAÜN J.-M., *L'industrialisation de l'audiovisuel : des programmes pour les nouveaux médias*, Paris : Aubier, 1986 ; RALLET A., « Convergence technologique et organisation industrielle de l'audiovisuel, de l'information et des télécommunications », in BROUSSEAU E., PETIT P., PHAN D. (dir.), *Mutations des télécommunications, des industries et des marchés*, ENSPTT-Economica, 1996

564 BOURE R., SMYRNAIOS N., « L'infomédiation de l'information en ligne. Les cas des filiales françaises de Google et de Yahoo », in CHARTRON G., BROUDOUX E. (dir.), *Document numérique et société*, Paris : ADBS Éditions, 2006, p. 43-55 ; SMYRNAIOS N., REBILLARD F., « L'actualité selon Google. L'emprise du principal moteur de recherche sur l'information en ligne », *Communication & langages*, n°160, 2009, p.95-109 ; SIMONNOT B., GALLEZOT G. (dir.), *L'entonnoir. Google sous la loupe des sciences de l'information et de la communication*, Caen : C&F Éditions, 2009 ;

565 CHARTRON G., REBILLARD F., « La publication sur le web, entre filiations et innovations éditoriales », in PEDAUQUE, 2007 : 201-213

566 BOUQUILLION & MATTHEWS, 2010, *op. cit.*

567 BEUSCART J.-S., *La construction du marché de la musique en ligne*. Thèse de doctorat en sociologie, École normale supérieure de Cachan, 2006 ; VANDIEDONCK D., « L'industrie de la musique recomposée », in BOUQUILLION & COMBÈS, 2007 : 91-99, *op. cit.* ; PERTICOZ L., *Les processus techniques et les mutations de l'industrie musicale. L'auditeur au quotidien, une dynamique de changement*, thèse soutenue sous la direction de Bernard Miège, Grenoble : Université Stendhal Grenoble 3, 2009

568 KLINE S., DYER-WITHEFORD N., DE PEUTER G., (dir.), *Digital Play. The Interaction of Technology, Culture and Marketing*, Montréal : McGill-Queen's University Press, 2003. ; BLANCHET A., *Des pixels à Hollywood.*

donné lieu à des études dont les résultats montrent d'ailleurs des structurations très identiques. Les industries de la communication, notamment l'articulation entre la branche matérielle et les opérateurs de téléphonie, ont également connu des restructurations[569]. Enfin, l'industrialisation de la formation a donné lieu à de très nombreux travaux et publications, pour la plupart sous la direction ou l'inspiration de P. MŒGLIN [570].

C.2 Les modèles socio-économiques

Présentés comme une typologie, dès lors n'échappant pas à la problématique de la classification, les modèles socio-économiques réarticulent les éléments précédents autour de deux modèles fondamentaux[571], et trois modèles hybrides. Partant, comme l'indique d'ailleurs Pierre MŒGLIN , ces modèles peuvent être considérés tour à tour comme des idéaltypes (car relevant de la modélisation, et du « monde clos »), des éléments de description du fonctionnement des secteurs industriels de la culture, de l'information et de la communication (relevant du constatif, sans autre performativité pour la communauté scientifique), ou comme une « matrice heuristique » associant le factuel et le modèle (MŒGLIN, 2008), mais également d'autres niveaux d'interprétation et d'interpénétration :

> « La caractérisation du fonctionnement des industries culturelles et médiatiques dans le cadre des modèles ne doit pas être entendue de façon étroite ; elle est tout autant socio-économique que sociosymbolique »[572]

- Le **modèle éditorial** repose sur des techniques de reproduction : il prévoit que le contenu est un objet individualisé, appropriable, durable matériellement, reproductible. Il est diffusé de manière discontinue (achat à l'unité) et financé de manière directe par chaque consommateur. Il est caractéristique des secteurs de l'édition (livre, disque).

Cinéma et jeu vidéo, une histoire économique et culturelle, Triel-sur-Seine : Pix'n Love, 2010 ; PERTICOZ, 2011, ***op. cit.***

569 VÉNICA C., « Télécommunications mobiles avancées : réorganisation des filières et des logiques industrielles », in BOUQUILLION & COMBÈS, 2007 : 45-64, ***op. cit.***

570 MŒGLIN P., (dir.), ***L'industrialisation de la formation. État de la question***, Paris : CNDP, 1998 ; FICHEZ E., DECEUNINCK J. (dir.), Industries éducatives : situations, approches, perspectives, ***Actes du Colloque international***, 29-30/10/1998, Lille : Éditions du conseil scientifique de l'université Charles-de-Gaulle - Lille 3, 2000 ; MŒGLIN P., ***Outils et médias éducatifs, une approche communicationnelle***, Grenoble : PUG, 2005

571 MŒGLIN P., « L'approche socio-économique des médias », in MIÈGE B. (dir.), ***Médias et communication en Europe***, Grenoble : PUG, 1990, p.43-59

572 MIÈGE, 2006 : 171, ***op. cit.***

- Le **modèle de flot** repose sur des techniques de diffusion : le contenu est diffusé en continu, il est appropriable par plusieurs, éphémère, et est financé de manière indirect (par la publicité ou la dotation publique)[573]. Il est caractéristique de des secteurs de la télévision.

À ces premiers modèles viennent ensuite s'en ajouter d'autres, sans qu'il soit possible de statuer si cet ajout consiste en une juxtaposition (ce serait de nouveaux modèles)[574] ou une hybridation (les trois propositions suivantes se borneraient à n'être que des déclinaisons des deux modèles génériques)[575].

- Le **modèle du club** voit émerger un nouvel acteur : l'opérateur de la câblodistribution fixe les modalités de programmation, de diffusion et de tarification. Il repose donc en même temps sur des techniques de reproduction et de diffusion ; tous les contenus sont possibles : à la fois durables et éphémères, continus et discontinus. Le consommateur doit payer pour déprivatiser des contenus (***pay per view***)[576]. À ce financement direct doit s'ajouter celui historique de la redevance et des subventions publiques. Pour B. MIÈGE, ce modèle préfigure celui du compteur, mais ne se situe que sur l'une des phases de la chaine de valeur, comme d'ailleurs les autres déclinaisons. Nous signalons également que le modèle de club, en réservant ses services à un certain nombre, repose fortement sur la fonction de sas (chapitre 1).
- Le **modèle du compteur** reprend et complète les spécificités du modèle précédent en incluant une rémunération au *pro rata* de la consommation (kiosques télématiques, vidéo à la demande, formation à distance)[577]. Les fonctions d'édition et de production sont subordonnées à celle de la programmation et de la diffusion. Le financement direct est majoritaire. L'opérateur de la distribution est aussi celui qui compte et qui facture. C'est dans ces activités que les compétences développées au sein des ICIR seront opportunes.

---

573 Pour les deux modèles : FLICHY, 1980, *op. cit.* ; MIÈGE, 1984, *op. cit.* ; MIÈGE B., PAJON P., SALAÜN J.-M., *L'industrialisation de l'audiovisuel, des programmes pour les nouveaux médias*, Paris : Aubier, 1986

574 MŒGLIN , 2007, *op. cit.*

575 MIÈGE, 2000 : 57, *op. cit.*

576 TREMBLAY G., LACROIX J.-G., *Télévision Deuxième Dynastie*, Québec : PUQ, 1991

577 MÉNARD M., TREMBLAY G., « Esquisse d'une convergence annoncée », in LACROIX J.-G., MIÈGE B., TREMBLAY G. (dir.), *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit*, Montréal/Grenoble : PUQ/PUG, 1994, p.99-136 ; MIÈGE B., PAJON P., « La syntaxe des réseaux », in MIÈGE, 1990, p.249-260, *op. cit.*

- Le **modèle du courtage** signale un nouvel entrant et de nouvelles fonctions d'infomédiation[578], où le courtier organise la correspondance entre l'offre et la demande de contenus et de services. « Le courtier se fait plus que le simple intermédiaire entre porteurs de l'offre et porteurs de la demande de formation : c'est lui qui, mandaté par les uns, par les autres, ou par les deux à la fois, garantit leur "*fit*" [correspondance] et qui veille à la bonne adéquation du programme, conçu sur mesure en fonction des besoins. C'est lui qui inscrit également dans la durée les relations entre "fournisseurs" et "clients" et c'est encore lui dont la caution, fondée sur la confiance qu'il sait inspirer, garantit la qualité de la formation dispensée et le niveau des compétences acquises »[579]. Ce modèle se retrouve dans le courtage de l'information[580] et de la formation. Dans ce dernier secteur, Pierre MŒGLIN distingue la production de télé-services (sur le modèle du club), de libres services (sur le modèle du compteur), de produits-services (sur le modèle éditorial) et d'outils-services (sur le modèle de courtage)[581]. Plus encore que le modèle précédent, la mise en correspondance et la confiance requiert des processus typiques des industries de la certification d'identité et de la réputation.

D, Le partenariat ICIR/ICIC

D.1 Facebook et le modèle socio-économique du salon

Il est possible d'intégrer *Facebook* et les réseaux socionumériques à cette matrice. En voici pour l'instant quelques éléments :

- modèle éditorial par la production endogène de contenus anecdotiques, reproductible *via* les API (interface de programmation entre applications), appropriable *via* les commentaires et les boutons d'approbation, durable *via* le stockage informatique
- modèle de flot par la diffusion en continu du fil d'actualité (*newsfeed*, *timeline*)

578 MŒGLIN, 1998, *op. cit.* ; MŒGLIN, 2005, *op. cit.*
579 MŒGLIN, 2007, *op. cit.*
580 REBILLARD F., SMYRNAIOS N., « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne », *Réseaux*, vol.2, n°160-161, 2010, p. 163-194
581 MŒGLIN, 1998, *op. cit.* ; MŒGLIN P., « Industrialisation, crise, réindustrialisation », in MŒGLIN , 1998, p. 207-248, *op. cit.*

- modèle du club avec la fonction de sas du formulaire d'authentification et le contrôle des modes de diffusion par la définition des API
- modèle de courtage par la prescription et la recommandation sociale et culturelle avec articulation des offres et demandes de socialisation. ***LinkedIn*** serait ainsi intermédiateur de contacts professionnels, ***Facebook*** intermédiateur de liens forts, et dorénavant de contenus culturels

Toutefois, ni ***Facebook***, ni ***Twitter***, ni ***Google*** n'ont cherché à rentrer dans le modèle du compteur : la création de comptes ***freemium*** se bornant à des rumeurs. ***LinkedIn*** et ***Viadeo*** par contre reposent sur ce modèle : la consultation ou les fonctionnalités avancées de recherche dans leur annuaire étant limitées par un accès payant. Certains sites de partage de créations artistiques proposent également un compte ***freemium*** pour dépasser un seuil de stockage, et parfois bénéficier des fonctionnalités avancées. Cependant, ce dernier exemple ne s'apparente pas aux sites de socialisation.

Dès lors la financiarisation est indirecte, et repose exclusivement sur la publicité comportementale (grâce à la fonction moniteur) et ciblée (grâce à la fonction de sas). Pour ***Google***, 96,37% de ses revenus proviennent de la publicité (avec une croissance de 29% entre 2010 et 2011) : soit des recettes publicitaires d'un montant de $36.531 millions[582]. Les chiffres publiés par ***Facebook*** avant son introduction en bourse dévoilent que les revenus publicitaires composent 84,9% des revenus (dont 12% ***via Zynga***), et que ces recettes ($3.154 millions) ont moins augmenté que sur l'exercice précédent (69% entre 2010 et 2011, 144% entre 2009 et 2011)[583]. Il faut noter de plus que les opportunités économiques offertes par le NSTIC peuvent être considérées comme relevant d'une financiarisation indirecte : en l'occurrence, les actions de lobbying évoquées précédemment s'avèreraient efficaces.

Toutefois, le fait que ***Facebook*** ou ***Google*** reposent exclusivement sur des revenus indirects en offrant gratuitement leurs prestations rappelle l'adage que si un consommateur ne paie pas pour un contenu ou un service, c'est lui alors qui doit être considéré comme le produit. Ainsi, nous nous demandons dans quelle mesure les sites de socialisation sont des clubs gratuits : la théorie des

582 <investor.google.com/financial/tables.html>

583 <www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000119312512034517/d287954ds1.htm#toc287954_3a>. Sur le serveur de la SEC, il est possible d'interroger les autres compagnies cotées en bourse, pour information les revenus de ***NBCUniversal*** (Studios de cinéma et chaines de télévision) s'élèvent à $15,085 millions pour l'exercice 2009.

externalités pourrait ici être un élément de réponse[584]. En fournissant des informations personnelles, les individus s'exposeraient à des sollicitations commerciales, à des risques de piratage et d'usurpation d'identité. Il y aurait donc un coût non pécuniaire à leur engagement dans des dispositifs de socialisation médiatisée par ordinateur. La compensation pour l'opérateur serait d'associer ces informations à des annonceurs publicitaires. Ce qui serait d'un côté une externalité négative de consommation serait de l'autre une externalité positive de production : l'équilibre du double marché serait ainsi atteint, sans que le consommateur en ait pleinement conscience. ACQUISTI & VARIAN (2001) ont ainsi montré comment la collecte de données personnelles sur le site d'*Amazon* pouvait conduire à une discrimination par les prix (un cookie permettait d'attester la consultation de la fiche d'un ouvrage, entrainant une hausse de son prix pour celui qui lui avait manifesté un intérêt)[585]. Nous supposons toutefois que l'engagement dans de tels dispositifs pourrait dégager, au profit des consommateurs – les membres de *Facebook* – des externalités positives en termes d'identification et de socialisation (II^{ème} partie). Ce n'est donc pas dans cette optique que nous pouvons distinguer *Facebook* parmi les différents modèles socio-économiques. Pour ce faire, nous proposons de croiser les modèles socio-économiques et l'approche sémio-pragmatique, en regardant comment les premiers fonctionnent dans les espaces de production et de réception. Dans ceux-ci, nous distinguons d'une part l'**opérateur** (en production) et le **bénéficiaire** (en réception, soit l'opérateur ou des tiers, annonceurs ou développeurs d'applications) et d'autre part le **titulaire** (dans l'espace de production) et le **récipiendaire** (dans l'espace de réception : celui auprès de qui le titulaire diffuse intentionnellement ses données personnelles). Nous retrouverons ces acteurs dans le schéma actanciel du cadre privatif (chapitre 8, section 3.2.A)

584 ACQUISTI A., ROMANOSKY S., "*Privacy costs and personal data protection: Economic and legal perspectives*", Berkeley : Berkeley Technology Law Journal, vol.23, n°3, 2009, p.1060-1100 ; ROCHELANDET F., *Économie des données personnelles et de la vie privée*, Paris : La découverte, coll. « Repères », 2010 ; ACQUISTI A., "*The economics of personal data and the economics of privacy*", texte de la conférence *The Economics of Personal Data and Privacy, 30 years after the OECD Privacy Guidelines*, Paris : OECD, 2010, <www.oecd.org/dataoecd/8/51/46968784.pdf> ; ROCHELANDET F., RALLET A. (dir.), « Données personnelles et vie privée », *Réseaux*, vol. 29, n° 167, 2011, 233 pages ; RALLET A., ROCHELANDET F., « La régulation des données personnelles face au web relationnel : une voie sans issue ? », *Réseaux*, vol. 29, n° 167, 2011, p.19-48 ; ACQUISTI A., « Les comportements de vie privée face au commerce électronique : une économie de la gratification immédiate », *Réseaux*, vol. 29, n° 167, 2011, p.105-130

585 ACQUISTI A., VARIAN H. R., "*Conditioning prices on purchase history*". *Technical report*, School of Information Management, UC Berkeley, 2001. Hal Varian, auteur dominant dans le courant de la microéconomie et de l'économie informationnelle, est depuis 2002 salarié de *Google*, en tant qu'économiste en chef. Il a inspiré le système *AdWords/AdSence*

Modèles socio-économiques	**Espace de production**		**Espace de réception** (fonction de moniteur)	
	titulaire	opérateur	récipiendaire	bénéficiaire
Éditorial	Production de contenus durables (mémoire électronique)	Stockage et reproduction via les serveurs informatiques	Contenus reproductibles via les API, appropriables via les boutons d'approbation	Consultation des données personnelles
Flot	Possibilité d'automatiser la diffusion des données de capture Données éphémères (agenda médiatique)	Architecture et distribution des données (NoSQL)	Abonnement à un flux (timeline)	Capture continue des données personnelles
Club (fonction de sas)	Fonction de sas du formulaire d'authentification	Conception et contrôle des API	Prédicat d'amitié (direct ou indirect : voir modèle du salon)	Discrimination par les prix
Compteur	économie du don : le titulaire offre ses données l'opérateur offre l'outil d'éditorialisation, de diffusion et de mise en relation			CpC, CpM
Courtage	Recommandation culturelle (d'un bien ou d'un comportement)	Requêtes de recommandation	Recommandation culturelle (d'un bien ou d'un comportement)	Publicité comportementale ciblée Requêtes de recommandation commerciale
Salon	Contenus endogènes anecdotiques			
	Réglages de confidentialité : définition du cadre privatif			
	Délimitation de la liste des récipiendaires Définition générale ou singulière du mode de diffusion des données personnelles	Définition et mises à jour des conditions d'utilisation et des politiques de respect de la vie privée (privacy policy)	Possibilité d'exfiltration (republication en ligne ou non) des contenus appropriés, par les mécanismes d'approbation et conversation (conversation en face-à-face ou médiatisée par ordinateur, commentaires, signes passeurs)	Arbitrage du double marché des données personnelles et de la publicité par la définition des politiques de transmission des données à des tiers, partenaires commerciaux ou développeurs d'applications logicielles

Nous supposons donc qu'il serait possible d'ajouter un modèle socio-économique, que nous appelons « modèle du salon », propre à spécifier les logiques des réseaux socionumériques, et dont la particularité, en plus d'**hybrider les modèles existants**, est de **reposer sur des contenus anecdotiques**, produisant **un double marché** mettant en relation des données personnelles et des messages publicitaires, de distinguer en espace de production le titulaire et l'opérateur et en réception le récipiendaire et le bénéficiaire des données personnelles et d'autre part d'ajouter le **critère des réglages de confidentialité**, déterminant les modalités de diffusion des contenus

(une détermination qui tient de chaque acteur). Enfin, l'avantage de ce modèle est de repositionner l'usager dans une logique socio-économique en articulant le niveau macro avec le microsocial[586].

Deux précisions doivent cependant être apportées relativement à notre proposition d'un « modèle du salon » :

Premièrement, dans la perspective des contenus anecdotiques (que nous présenterons dans le chapitre 7 consacré à l'espace du même nom, et signifiant pour l'heure l'éditorialisation de contenus intimes à destination d'une audience ciblée), ce modèle ne peut s'entendre que dans la mesure où le dispositif est un support au projet identitaire (une définition que nous établirons tout au long de la II[ème] partie) : nous modulons alors en parlant d'un modèle du salon « domestique », et applicable à la compréhension d'un modèle d'affaires centrés sur l'éditorialisation de la vie privée. En ce qui concerne les usages exclusivement professionnels (gestion des contacts dans un réseau socionumériques comme ***LinkedIn***), nous parlons d'un modèle du salon « professionnel ». De la même manière qu'un salon professionnel est aussi l'occasion d'échanger des cartes de visite entre exposants ou visiteurs, le modèle du salon professionnel désigne l'intermédiation de contacts professionnels dans un dispositif sociotechnique (ici en contexte numérique). Il s'agit toujours de construire un projet identitaire, et de porter son identité dans un cadre spécifique, ici le travail et l'entreprise. Toutefois, ces appréciations sont relatives dans la mesure où les usagers peuvent cumuler des usages privatifs et professionnels dans le même dispositif (comme avec ***Twitter***, puis avec ***Google+***, et certaines mesures et certains usages avec ***Facebook***).

Deuxièmement, dans les modèles traditionnels des industries créatives, les acteurs exerçant les fonctions créatives sont difficiles à contrôler[587]. Nous pourrions déjà considérer, de par l'expressivisme dont ils font preuve, que les usagers de ***Facebook*** exercent également des fonctions créatives (II[ème] partie) ; quelle que soit la validation de cette hypothèse, il faut reconnaitre une même difficulté de contrôle, située cette fois dans les réglages de confidentialité, et plus précisément dans la représentation que les usagers se font du respect de leur vie privée par l'opérateur du dispositif. M. Zuckerberg rangeait ainsi dans la catégorie des risques la possibilité que ces représentations basculent vers une plus grande protection, réduisant dès lors la production endogène à l'origine des publicités comportementales ciblées, et ce faisant les recettes publicitaires de son entreprise : parmi les facteurs de risque, « il y a des changements dans les sentiments des

[586] L'articulation entre ces niveaux, et les possibilités de transfert d'un niveau à un autre, seront abordés dans le chapitre 4, section 2.2C, Une approche interdimensionnelle par les niveaux, en page 271
[587] MŒGLIN , 2004, *op. cit.*

utilisateurs à propos de la qualité ou de l'utilisabilité de nos produits ou des inquiétudes rattachées à la vie privée et au partage, à la protection, la sécurité et d'autres facteurs encore »[588].

D.2 Convergence

En rajoutant ce modèle, notre idée est de proposer une mise en relation entre les industries de la culture, de l'information et de la communication d'une part, et de l'autre les industries de la certification d'identité et de la réputation, ainsi que les premiers modèles socio-économiques entendaient le faire en montrant « les relations qui s'organisent entre industries de réseaux, industries de matériels et industries de programme », (MIÈGE, 2007 : 31).

Pourtant, cette mise en relation ne semble pas évidente de prime abord : pour Nicholas GARNHAM, les filières des industries de la culture sont distinctes des filières des industries de la communication, reproduisant la dialectique – la dichotomie – des tuyaux et des contenus[589]. Nous proposons au contraire d'établir que les ICIR œuvreraient comme un chainon manquant entre ces deux filières, apportant par la fonction de sas et de moniteur des garanties relatives au risque de la commercialisation des biens culturels. Ceux-ci sont en effet considérés comme des biens d'expérience : c'est dans leur usage qu'on estime sa satisfaction personnelle, dans la consommation *ex post* qu'on valide l'achat *ex ante*[590]. Cette incertitude sur la valeur d'usage d'un bien produit industriellement incite les producteurs à investir dans des réalisations sérielles et consensuelles, délégant les risques en amont de la chaine et tablant sur des analyses d'audience de produits similaires pour supputer la réussite d'une nouvelle production culturelle[591]. C'est dans cette analyse de l'espace de réception que les ICIR peuvent faire valoir leur compétence auprès des acteurs de l'espace de production des ICIC, d'une part en identifiant précisément le comportement des audiences (*Quantcast*, *Xaxis, Amazon A9*, *Facebook Exchange*), d'autre part en permettant de cibler les espaces de diffusion des messages de prescription et recommandation de consommation (*Google*, *Amazon*, *Facebook*).

---

588 Section *Risk factors* du formulaire déposé auprès de la SEC, "*There are changes in user sentiment about the quality or usefulness of our products or concerns related to privacy and sharing, safety, security, or other factors*", <www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000119312512034517/d287954ds1.htm#toc287954_2>

589 Conférence de clôture du colloque international « Mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication » 25-27/09/2006, Saint-Denis, <www.msh-paris.fr/actualites/actualite/article/mutations-des-industries-de-la-culture-de-linformation-et-de-la-communication>

590 MŒGLIN , 2007 : 152, *op. cit.*

591 C'est le cas par exemple des bandes annonces qui fournissent déjà l'expérience du bien culturel, ou encore des films de type "*reborn*" qui remet en scène la naissance d'un super-héros.

> « Les acteurs du Web ont pour objectif de dominer les marchés de l'intermédiation et de la publicité sur le Web en profitant de leur maitrise des logiciels de guidage des internautes et des logiciels de ciblage des publicités et des offres commerciales »[592]

Ainsi pourrait se justifier le transfert des données personnelles et le coût des externalités négatives supportés par les titulaires, selon les théories de l'École de Chicago. Or, comme ces théories reposent sur le postulat d'une rationalité de l'agir, avec des effets quasi balistiques (un comportement provoque un message qui provoque un comportement) qu'il nous faudra interroger dans les pratiques quotidiennes[593], elles postulent une surdétermination d'une conception socio-économique faisant fi de l'intrication de ce modèle dans un complexe de contextes et des enjeux ontologiques ou socio-politiques qui ressortent d'un tel traitement de l'identité, des données personnelles et de la vie privée. L'économiste A. ACQUISTI, très critique à l'égard de ces théories, l'exprime ainsi :

> « D'un point de vue économique, la question de savoir si la vie privée devrait être protégée ou non reste encore ouverte. C'est une question qui implique de définir les contextes spécifiques dans lesquels le concept de vie privée est invoqué. Mais la valeur de la vie privée va au-delà des domaines de la logique économique et de l'analyse coûts/bénéfices, et aboutit aux liens entre les opinions de chacun sur la société et la liberté », (ACQUISTI, 2011)

Ainsi, le constat d'une convergence entre les industries de la certification de l'identité et de la réputation et les industries de la culture, de l'information et de la communication conduit à reconsidérer « l'interpénétration entre la culture marchande et la culture non-marchande », ainsi que l'échafaudait B. MIÈGE en 1984[594]. En 2012, il estime que « ce mouvement vers la convergence n'est aucunement le résultat automatique et déduit d'une dynamique qui trouverait sa source dans un puissant développement technologique autonome imposant sa loi ; il s'inscrit dans la durée

592 BOUQUILLION, 2008a, *op. cit.*
593 Si l'agir rationnel parait être le paradigme dominant dans les sciences économiques, il faut néanmoins noter sa modération dans des travaux récents. Ainsi, les modèles économiques semblent se contredire, la preuve avec la liste des derniers Nobel d'économie. Pour Gary BECKER, tenant de la théorie du choix rationnel (Nobel 1992), l'individu alloue ses ressources en fonction des bénéfices qu'il espère en tirer. À l'inverse, Reinhard SELTEN (Nobel 1994) et Daniel KAHNEMAN (Nobel 1995) estiment que l'individu n'est pas rationnel, Vernon SMITH (Nobel 2002) pense au contraire que les émotions n'ont pas autant d'emprise sur les choix, et que l'irrationalité est prévisible.
594 MIÈGE, 1984 : 213, *op. cit.*

(annoncée depuis plus de deux décennies la convergence est toujours en train de se faire), est marqué par des réussites et des échecs, et doit être considéré comme un *construit social* à la réalisation duquel participent, et le plus souvent en s'affrontant, de nombreuses catégories d'acteurs sociaux, industriels d'une part, usagers-consommateurs d'autre part »[595].

Dès lors qu'il s'agit d'une construction, nous ne préférons pas nous situer dans le registre conflictuel que souligne l'auteur – même si nous le rejoignons sur la temporalité que nous évoquions à propos des pratiques biographiques (chapitre 1) et similaire à celle des pratiques réputationnelles, mais, en empruntant à la sociologie configurationnelle de N. ELIAS, dans le registre de l'interdépendance : entre des acteurs, les tenants du dispositif et les usagers ; entre le marchand et non-marchand, le rationnel et l'affectif, entre le technique et le social (III^{ème} partie). De même, nous considérons que les pratiques des usagers doivent être intégrées de manière plus prégnante dans cette analyse, afin de faire ressortir ce qu'ils font avec les dispositifs identitaires et les stratégies de ceux qui les leur mettent à disposition (II^{ème} partie). Enfin, en termes de performativité, il nous semble nécessaire, dans la dernière section de ce chapitre et en terminaison de cette partie consacrée à la privatisation de l'institution nominale, d'aborder ce qu'implique l'intersection des logiques informationnelles de la représentation de l'être et de l'agir avec les logiques socio-économiques de l'oligopole opérant cette industrialisation du traitement des données personnelles.

[595] MIÈGE, B., « La convergence des TIC. Un parcours de 25 ans, déjà », in MIÈGE B., VINCK D., ***Les masques de la convergence. Enquêtes sur sciences, industries et aménagements***, Paris : Archives contemporaines, 2012, p.83-96

3. Le syndrome transcontextuel dans la privatisation de l'institution nominale

3.1, L'infrastructure informationnelle comme objet aux multiples frontières

Un dispositif, identitaire ou non, avec des composants électroniques ou non, agrège des acteurs, des discours, des éléments matériels et des modèles conceptuels, l'ensemble étant mû par des dynamiques afin d'en faire correspondre les effets avec un cadre.

Au niveau opérationnel, la relation entre chacun de ces éléments est de nature informationnelle : BOWKER & STAR nomment « infrastructure informationnelle » cette interface, en signalant bien son entremêlement avec d'autres structures (organisationnelles, culturelles)[596], d'autres logiques d'acteurs (les bénéficiaires, les concepteurs, les usagers)[597], d'autres pratiques, comme l'apprentissage (RUHLEDER & STAR, 2010 : 4). Ces auteurs signalent deux traits spécifiques à propos des infrastructures informationnelles : elles doivent être transparentes, ce qui fait qu'elles deviennent visibles uniquement en cas de défaillance (2010 : 3) ; et elles relèvent d'un concept « fondamentalement relationnel » (*ibid.*). Dès lors, transparence et proximité font que « l'infrastructure... devient un chez-soi sans ambiguïté », (2010 : 5) : or, si l'erreur est possible, elle tient autant de la technique et de la logique, que de la pratique, et de la rencontre entre ces trois.

Les effets de bord induits par ces domaines vont alors occasionner des problèmes. Le paradoxe de la technique, tel que le montraient RUHLEDER & STAR dans « l'écologie de l'infrastructure » (2010, *op. cit.*), nait d'une « tension entre, d'une part, l'usage local, personnalisé, intime et flexible et, d'autre part, le besoin de standards et de continuité de service ». À un autre niveau, « une erreur de catégorie telle que la confusion entre le nom d'une classe et un membre de cette même classe créerait un paradoxe logique. Dans un monde de pure logique, ceci apparaîtrait comme une erreur fatale car les systèmes logiques semblent exister en dehors du temps et de l'espace. Dans le monde réel, cependant, et en particulier dans le monde comportemental, les individus se débrouillent en

[596] BOWKER & STAR, *Sorting things out*, 1999, *op. cit.*

[597] STAR S. L., GRIESEMER J. R., "*Institutional ecology, 'translations' and boundary objects: Amateurs and professionals in Berkeley's museum of vertebrate zoology, 1907-39*", *Social Studies of Science*, vol. 19, n°3, 1989, p.387-420

travaillant dans des cadres ou des "perceptions du monde" multiples, en série ou en parallèles », (RUHLEDER & STAR, 2010 : 26). Ainsi, l'encastrement de l'infrastructure dans un dispositif plus vaste, comme celui de sa pratique dans un complexe de contextes font que pour les auteurs (BOWKER, STAR, RUHLEDER, GRIESEMER), une infrastructure est un « objet-frontière »[598], et dans cette catégorie les systèmes de classement, les bases de données, et *a fortiori* les dispositifs identitaires sont des infrastructures informationnelles, à envisager selon les mouvements qu'elles opèrent entre les contextes, des mouvements qui peuvent être autant de perturbations que d'opportunités.

> « L'infrastructure d'information n'est pas un substrat qui transporte de l'information, comme dans la dichotomie corps-esprit. Les discontinuités ne se situent ni entre le système et l'individu, ni entre la technologie et l'organisation, mais plutôt entre les contextes. », (RUHLEDER & STAR, 2010 : 11)

3.2, Le syndrome transcontextuel

Se situant dans le champ théorique de l'acteur-réseau, il est normal que ce groupe d'auteurs s'intéresse à ce qui transite entre l'acteur et le réseau, le trait d'union étant l'objet-frontière par lequel deux contextes s'approchent. Pour analyser les effets de ces mouvements, RUHLEDER & STAR (2010) empruntent à Gregory BATESON le concept de « syndrome transcontextuel », dans son articulation avec le concept de « double contrainte ».

> « La théorie de la double contrainte traite du rôle de l'expérience du sujet dans la genèse de l'enchevêtrement des règles ou des prémisses d'une habitude. J'ajoute... que les ruptures de la trame d'une structure contextuelle dont nous pouvons faire l'expérience sont, en fait, des "doubles contraintes", et qu'elles doivent nécessairement (pour contribuer au processus hiérarchisé de l'apprentissage et de l'adaptation) favoriser l'apparition de ce que j'appelle des syndromes transcontextuels »[599]

En reprenant les éléments présentés dans les chapitres précédents, nous distinguons deux types de syndromes transcontextuels, paradigmatique (A) et épistémique (B).

[598] Chapitre 1, section 1.3B, consacrée au cadre de référence
[599] BATESON G., *Vers une écologie de l'esprit*, Paris : Seuil, (1977), 1978. Citation p.276

A, Le transfert de modes d'interventions comme syndrome transcontextuel paradigmatique

La première frontière que traversent les bases de données n'est pas celles des connaissances mais la façon de concevoir notre rapport aux artefacts informationnels. Ainsi, d'un contexte à l'autre, c'est le paradigme cybernétique qui se diffuse dans les représentations mentales que nous nous faisons de nos possibles modalités d'intervention sur le monde.

Convoqué à propos des « nouveaux médias » (jeux vidéos, BDD, CD-ROM)[600], le concept d'objet-frontière est affilié à la figure du cyborg, telle que conceptualisée par D. HARAWAY[601], un organisme qui emprunterait à un autre contexte la dimension cybernétique : parmi ces cyborgs, l'auteure range les BDD, « les descendants de l'implosion [comprendre atomisation] des sujets et des objets et de ce qui est naturel ou artificiel ». Pour Lev MANOVICH, les bases de données nous promettent une immersion complète dans un monde d'information[602]. Une vision que partagent partiellement BOWKER & STAR : « aussi loin que sont concernées les bases de données, il y a très peu de différences entre ce qui est humain et ce qui ne l'est pas »[603] : mais cette petite différence relève de ce que nous avons signalé précédemment, à savoir cette confusion sémantique entre l'entité de l'ontologie philosophique et l'objet des langages informatiques formels.

Le *Coordinator* de WINOGRAD est un exemple d'un tel type de syndrome transcontextuel[604]. Ancêtre des *groupwares*, « le Coordinator de Winograd incarnera totalement l'épistémologie post-cybernétique en réduisant les activités conversationnelles à des schémas de type questions-réponses, au mieux en y intégrant le principe de la rétroaction. Le modèle conceptuel défendu par Winograd allait même plus loin : c'est l'ensemble de la coordination humaine qui est réductible à une conversation qui est elle-même réductible à des échanges de type questions-réponses », (MARTIN-JUCHAT, 2002 : 18)[605]. Les logiciels qui suivront, dans le domaine de l'intelligence artificielle ou du traitement automatique des langues, n'échapperont pas à ce qui relève en fait

600 WARDRIP-FRUIN & MONTFORT, *The New Media reader*, 2003, *op. cit.*
601 HARAWAY D., "*A Cyborg Manifesto : Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century*" in HARAWAY D., *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, New York : Routledge, 1991, p.149-181
602 MANOVICH L., *The Language of New Media*, Cambridge (NY) : MIT Press, 2001
603 "*As far as the computer database is concerned, there is very little difference between humans and nonhumans*", BOWKER & STAR, 1999 : 29, *op. cit.*
604 Voir note n°421
605 HOLTHAM souligne que la logiciel a hérité du surnom de « Naziware », terme que ses premiers utilisateurs lui ont attribués eu égard à la rigidité des conversations. HOLTHAM C., "*Groupware, its past and future*", in LLOYD P., *Groupware in the 21st century : Computer Supported Cooperative Working Toward the Millenium*, Londres : Adamantine Press Limited, 1994, p.3-14. Cité par MARTIN-JUCHAT, 2002

d'une impossibilité à passer d'un contexte à un autre. De tels postulats, modélisés dans des routines et des instructions, des algorithmes et des modes d'emploi, parsèment les TIC et les réseaux socionumériques. La question se pose de savoir si *Facebook* est un « *naziware* » (chapitre 7 et les registres d'action), et si l'ingénierie informatique de régulation de la vie privée peut sortir de cette impasse (chapitre 8 et l'ingénierie de la vie privée).

B, Le transfert de types de représentation comme syndrome transcontextuel épistémique

L'autre frontière franchie par les bases de données et les dispositifs identitaires concerne les connaissances transférées d'un bord à l'autre (du concepteur à l'usager). Le constructivisme des modèles conceptuels et du cadre de fonctionnement des infrastructures informationnelles conduit selon nous à trois types de transfert de connaissance : au sujet de l'identité (qui suis-je ?), au niveau de la réalité (comment décrire le réel ?), et en termes de socialité (comment aller vers l'autre ?). Nous en proposons pour l'instant une brève synthèse, l'approche constructiviste ayant été abordée dans le chapitre 2 en guise d'introduction aux études de cas qui suivront (section 3.3). Nous ferons également référence au syndrome transcontextuel épistémique dans le cadre de l'injonction médiatisée (II^{ème} partie) et de la régulation de la vie privée (III^{ème} partie).

Dès lors qu'une base de données est considérée comme un « objet-frontière », des postures et des enjeux opposent concepteurs et utilisateurs. Situant leurs travaux dans la sociologie des sciences, ce groupe de chercheurs, ainsi que tout ceux se situant dans leur lignée, observent comment une BDD est intégrée dans des équipes, des laboratoires, des projets scientifiques, voire dans des musées (MEYER, 2009). Dans ces contextes, il est parfois question d'une coproduction de l'objet par les deux parties (RUHLEDER & STAR, 2010), mais la plupart du temps la collaboration est difficile : le transfert des données (de laboratoire) saisies par un collaborateur à destination d'un jeu de données structuré et standardisé risquerait de le désidentifier : il y aurait « effacement de l'individu comme sujet épistémique »[606]. Nous pensons même qu'au-delà de celui qui se définit par ce qu'il sait (sujet épistémique), il y a également effacement de celui qui se définit par ce qu'il est (sujet ontologique). Un effacement qui viendrait s'ajouter à celui qu'opèrent les langages informatiques d'une part en formalisant les entités comme des objets, d'autre part en les

[606] MICOUD A., DUPRÉ L., « Savoirs publics sur la nature et politiques publiques de l'environnement : rôle et place des naturalistes amateurs et des professionnels », in CHARVOLIN F., MICOUD A. et NYHART L. (dir.), *Des sciences citoyennes ? La question de l'amateur dans les sciences naturalistes*. La Tour d'Aigues : Aube, 2007

assujettissant à un cadre de description (ou ontologie). À côté des opérations de saisie, les choix faits lors d'une requête, mais aussi la dimension ensembliste et les opérateurs fournis par le langage d'interrogation restreignent les capacités de représentation de la réalité. Cela nécessiterait de se pencher sur d'autres activités de traitement de données (fouille ou ***datamining***). Nous en resterons ici aux applications de réseautage en ligne, cependant, « bien que ces méthodes revendiquent une rationalité impeccable, il est clair qu'[elles] ne peuvent pas se détacher d'un fond normatif ; un modèle économique spécifique dessine et organise la réalité différemment d'autres modèles et les partis pris ont des conséquences réelles pour les réalités qu'ils se prêtent à décrire », (RIEDER, 2010).

Ce syndrome se manifeste également dans les écarts entre niveaux de langage : entre le langage (informatique) adopté par le concepteur qui cherche une solution technique pour modéliser et représenter une réalité, et celui mobilisé par l'utilisateur dans le rapport de médiation (ou traduction) de cette représentation (qu'il ne partage pas forcément). Autrement dit si la sémantique formelle pose comme prédicat que « A est l'ami de B », ou si par le modèle relationnel on pose que A et B font partie du même tuple dans la base `Friend`, la sémantique interprétative de A ou de B accorde-t-elle le même sens au mot ami, et la même traduction d'un attribut que les concepteurs de *Facebook* ont nommé `Friend` ?

Enfin, revers sociologique de la logique informationnelle-communicationnelle de la transnationalisation des flux, ce syndrome se manifeste au niveau d'une épistémè sociale, en transférant depuis une aire culturelle (celles des concepteurs) un ensemble de représentations et d'actions sociales auprès d'une autre aire culturelle (celle des utilisateurs). Les conventions sociales prescrites dans les sites de rencontre «sont trop enracinées dans une certaine tradition américaine du "dating" »[607]. Patrice FLICHY note que les innovateurs technologiques sont également des innovateurs sociaux, en modélisant les « formes de sociabilité qu'ils vivaient aussi bien à l'université que dans leur vie privée (…), ils ont défini le cadre d'usage de cette nouvelle informatique », (FLICHY, 2004 : 29), qui à son tour va « performer les usages », (36). En suivant la filiation de son cadre théorique (***via*** GOFFMAN), nous en arrivons à ce que Norbert ELIAS définissait comme mécanisme du procès de civilisation :

[607] MILAM B. L., "***Online Infidelity in Internet Chat Rooms: An Ethnographic Exploration***", ***Computers in Human Behavior***, vol.23, n°1, 2007, p.11-31

> « La sensibilité et les dispositions affectives se modifient en fonction d'une situation sociale donnée, d'abord dans la couche supérieure : les structures d'ensemble de la société ont pour effet de porter les nouvelles normes affectives dans les autres couches sociales. », (ELIAS, 1939 : 247)

Ainsi, des structures d'ensemble de la société nous faisons ressortir les infrastructures informationnelles, d'une couche supérieure nous faisons ressortir les concepteurs (les utilisateurs se situant dans les autres couches sociales), et des nouvelles normes affectives nous faisons ressortir le cadre d'usage des dispositifs. Nous reviendrons en III^{ème} partie sur ces normes affectives et sur l'instanciation du procès de civilisation par les réseaux socionumériques et les dispositifs identitaires.

3.3, Les politiques informationnelles de l'oligopole

A, Le seuil de visibilité des stratégies

L'affichage d'une publicité sur une page de résultat d'un moteur de recherche, les métadonnées saisies par le webmestre, les liens sortants d'un site web sont autant de syndromes transcontextuels : si la publicité n'est pas inopportune, elle est hors contexte, et même si elle est ciblée, c'est le signe d'une intrusion dans la vie privée ; les métadonnées sont une technique d'optimisation de référencement, surtout quand elles reprennent des termes populaires sans rapport avec le contenu de la page ; les liens sortants peuvent être des signes passeurs vers un autre contexte, et en creux, le fait de ne pas faire de lien vers un site partageant la même thématique est ce que nous nommons « un syndrome d'impasse transcontextuelle ». Le premier cas a conduit la *Federal Trade Commission* a obligé les moteurs de recherche à expliciter la nature des liens sponsorisés qu'ils affichent. Le second a conduit les moteurs de recherche à ne plus indexer ces métadonnées dans le référencement ; le troisième a offert à Richard ROGERS l'occasion de fournir un outil de capture et visualisation des controverses en ligne. Il lui a aussi fourni matière à son ouvrage *Information politics on the Web* (2002)[608], riche de nombreux autres exemples largement documentés. L'ontologie du web qu'il construit met en relation deux stratégies relatives aux

608 ROGERS R., *Information Politics on the Web*, Cambridge (NY) : MIT Press, 2004

infrastructures informationnelles. Considérant, comme RUHLEDER & STAR qu'une infrastructure est par nature invisible aux usagers, les stratégies qui les animent le sont tout autant ; à l'inverse, la partie émergée est elle aussi sujette à stratégie, qui plus est explicitée aux usagers. Les *Terms of service* et les conditions générales d'utilisation que doivent valider les consommateurs, ainsi que tout autre document de type charte utilisateur ou option d'adhésion pour des messages publicitaires de la part des partenaires sont des éléments de surface, que R. ROGERS nomment "*front-end information politics*" (politique informationnelle de premier plan) : le découpage en rubriques, la registre de langue de la titraille et l'ensemble des éléments visuels ou textuels de l'interface en font également partis. De l'autre côté, les algorithmes, le modèle conceptuel de la base de données, l'architecture informationnelle, les méthodes de génération de contenu à partir des langages formels, des API (interface de programmation, ou passerelles entre serveurs de données) et des langages interprétés côté serveur appartiennent aux "*back-end informational politics*" (politique informationnelle d'arrière-plan). Or, cette organisation technique est au service d'une stratégie économique ou politique : l'auteur prend pour illustration un forum de discussion en ligne, dont le propriétaire, le gouvernement anglais, a enjoint les concepteurs a structuré les espaces de discussion (les rubriques du forum) selon le découpage ministériel en vigueur à l'époque[609]. Ce cloisonnement révèle un premier syndrome d'impasse contextuelle en empêchant la transversalité des discussions ou des propositions d'un nouveau découpage de l'exécutif. R. ROGERS signale également qu'il est interdit de faire un lien entrant vers un point de débat à l'intérieur du forum sans le consentement du propriétaire, qui reste souverain sur la question. Il y a donc là un second syndrome d'impasse par l'appropriation, voire la confiscation, de l'espace public.

Au regard des premiers messages postés, jugés « inappropriés », le gouvernement installe une fonction de sas : « L'enregistrement [du nom] était le cap à franchir pour avoir des débats sérieux » (ROGERS, 2004 : 10)[610]. Des éléments de culture web transparaissent encore (pseudo, troll[611]) mais sont censurés par le rappel au code de conduite du site : il y a cette fois syndrome transcontextuel dans la mesure où s'opposent deux cultures, gouvernementale et populaire, et deux visions du web,

609 *Citizen's Portal*, <ukonline.gov.uk>. Ce site n'existe plus.
610 "*registration was the threshold to make way for more serious debate*"
611 Un « troll » désigne à la fois une conversation et l'interlocuteur qui cherche à la conduire dans une autre direction que celle de départ, par la polémique, la moquerie, etc. il peut s'agir d'un jeu comme d'une tentative de décrédibiliser les intervenants, la communauté ou au contraire une démarche de prosélytisme.

un espace de dangers dans le premier cas, d'opportunités dans le second, les deux appelant au même effort de civilisation, sans s'entendre évidemment sur ce que ce procès recouvre.

Au début des années 2010, alors que ressurgit l'appel des hommes politiques à un « Internet civilisé »[612], les stratégies informationnelles de surface comme celles plus souterraines des oligopoles du web se retrouvent au cœur des réseaux socionumériques : lors du forum e-G8 organisé en 2011 à l'initiative du Président de la République Nicolas Sarkozy[613], l'ensemble des acteurs des ICIR et des ICIC se retrouvent présents jusqu'au moment de la clôture, avec l'interview de Mark Zuckerberg (***Facebook***) par Maurice Lévy (***Publicis***)[614]. Le fondateur de ***Facebook***, comme d'ailleurs le président exécutif de ***Google*** Eric Schmidt, ont tenu des discours très radicalisés sur la vie privée, la portant au nombre des espèces disparues, et invitant en l'occurrence à adopter des comportements adéquats. ***Facebook*** étant au cœur d'un complexe de contextes, nous aborderons l'analyse de ses syndromes dans la deuxième partie. ***Google*** n'est cependant pas en reste : sa position d'acteur dominant dans le domaine de la recherche documentaire, son initiative dans le domaine des réseaux socionumériques et du paiement électronique, conjugué à ses partenariats dans le développement de langages formels et avec l'État fédéral (lobbying, NSTIC) nous incitent à détailler les politiques informationnelles qu'il met en place dans le cadre de la privatisation de l'institution nominale.

B, Google et sa migration du document vers l'identité

En juin 2011, ***Google*** met en ligne son propre service de socialisation nommé ***Google+***[615], dans le but évident de concurrencer ***Facebook***, dont le succès et la politique d'accès aux données

612 « Nous allons mettre sur la table une question centrale, celle de l'Internet civilisé, je ne dis pas de l'internet régulé, je dis de l'internet civilisé », discours de N. Sarkozy lors de la présentation de ses vœux aux acteurs du monde de l'éducation et de la culture, janvier 2011, <www.lemonde.fr/technologies/article/2011/01/21/l-internet-civilise-histoire-d-un-concept-a-geometrie-variable_1468412_651865.html>

613 24-25/05/2011, le site officiel n'est plus en ligne. Il est possible de consulter le communiqué de presse (en anglais) à cette adresse : <www.numerama.com/media/eg8communique.pdf>

614 Entre autres invités : Mark Zuckerberg, ***Facebook***; Eric Schmidt, ***Google***; Jeffrey Bezos, CEO d'***Amazon***; Rupert Murdoch, ***News Corporation***; ***Alcatel-Lucent***; ***Vivendi***; ***Orange/France Telecom***; ***Meetic***; Nova Spivack ; Jimmy Wales, ***Wikipedia***; ***New York Times Company***; ***Qualcomm Inc***; ***HTC***; ***Eutelsat Communications*** ; Xavier Niel, ***Iliad/Free***; ***Tokyo Broadcasting System***; Sean Parker; Lawrence Lessig, Harvard Law School; ***Bertelsmann AG***; ***Digital Sky Technologies***; Luc Besson, ***EuropaCorp***; ***Financial Times***; Rémy Pflimlin, ***France Télévisions***; ***Fuji Television Network***; Nicolas Seydoux, ***Gaumont***; ISOC; Nicolas de Tavernost, ***Métropole Télévision***, S.A.; ***Mozilla***; Pierre Kosciusko-Morizet, ***PriceMinister.com***; ***Rovio Mobile*** [éditeur du jeu Angry Birds] ; ***SAP***; ***SFR***; ***Simon & Schuster***. ; ***Spotify*** ; ICANN; ***Telecom Italian*** ; ***Thomson Reuters*** ; ***Ubisoft*** ; ***vente-privee.com*** ; et Klaus Schwab, ***World Economic Forum***

615 <plus.google.com>

sont problématique pour le moteur de recherche (les données de *Facebook* ne sont plus autorisées à l'indexation par les agents-logiciels de *Google*) et le gestionnaire de contact (pas de portabilité du carnet d'adresse). Le réseau socionumérique propose un espace appareillé de production éditoriale dont les contenus sont diffusés, selon le modèle du salon, auprès de différents cercles sociaux composés par le titulaire du compte. Ces cercles disposent d'une meilleure visibilité que les listes d'amis sur *Facebook* : c'est selon l'éditeur une innovation sociotechnique déterminante par rapport à son concurrent.

Côté *front-end*, la politique affichée au moment de l'inscription à G+ est la suivante : « Le profil est public. Sachez toutefois que seul votre nom complet doit obligatoirement y figurer ».

Dans l'article 12 de la *Charte de conduite et règlement relatif aux contenus*[616], propre au réseau socionumérique, on peut lire également :

> Pour lutter contre le spam et prévenir la création de faux profils, indiquez le nom que vos amis, votre famille ou vos collègues de travail utilisent généralement pour vous désigner. Par exemple, si votre nom légal complet est Jean-Claude Leroux, mais que vous vous faites en général appeler JC ou Jean Leroux, vous pouvez choisir l'un de ces deux noms.

Cette politique est valable dans l'ensemble des services de *Google*. Dans la FAQ[617], il est écrit :

> « Les services Google offrent trois modes d'identification différents : non identifié, avec pseudonyme et identifié. Les profils Google fonctionnent mieux lorsque l'utilisateur est identifié [identifié par son identité civile]. Ainsi, vous êtes certain de contacter la bonne personne et les autres utilisateurs savent qu'ils ont affaire à une personne réelle lorsqu'ils consultent un profil. C'est pourquoi dans votre profil Google, vous devez indiquer le nom que vous utilisez dans la vie de tous les jours »

Les trois modes d'identification renvoient à un billet rédigé par Alma Whitten, directrice du service *Privacy, Product and Engineering* chez *Google*, et intitulé "*The Freedom To Be What You Want To Be*..."[618] Se référant autant à l'image de Peter Steiner qu'aux héros du Printemps arabe, A. Whitten

616 <www.google.com/intl/fr/+/policy/content.html>
617 <www.google.com/support/profiles/bin/static.py?hl=fr&page=guide.cs&guide=1257354&rd=1>, consulté le 28/08/2012, inaccessible par la suite
618 <googlepublicpolicy.blogspot.com/2011/02/freedom-to-be-who-you-want-to-be.html>

reconnait que l'anonymat et le pseudonymat sont des pratiques culturelles – et politiques – parfois nécessaires. Ainsi, entre tous les éléments de discours, du site ou de l'ensemble des services, et au sein même de l'organisation, convergent en direction du pseudonymat, possible en plus, voire en remplacement, d'une identité civile. Cette logique explique pourquoi *Google* a refusé d'appliquer la loi sud-coréenne qui oblige les internautes à donner leur identité civile pour s'inscrire aux principaux sites populaires[619].

Néanmoins, à côté de cette permission, la prescription est forte d'utiliser une identité officielle afin de se prémunir contre l'usurpation d'identité (le même souci que dans le NSTIC). Pour faire valoir une usurpation, *Google* propose au titulaire de faire parvenir un titre d'identité. Des expériences ont montré qu'un tel titre vulgairement contrefait suffisait à satisfaire le processus de certification mis en place par *Google*[620]. Il en va de même sur *Twitter*, où pourtant les pseudonymes ne sont pas interdits[621].

Pourtant, quelque temps après l'ouverture de *Google+*, va débuter ce que des blogueurs états-uniens vont nommer les "*nymwars*" (les guerres du nom). À partir de fin juillet, *Google* va supprimer des comptes au motif de l'utilisation d'un pseudonyme comme identifiant : si au départ ce sont les entreprises qui sont visées, dans le but de se distinguer des pages de *Facebook*, plusieurs individus vont également souffrir de cette politique, notamment des personnalités influentes dans la communauté « informatique et libertés », parmi lesquelles Kaliya Hamlin (pseudonyme : identitywoman[622]) ou Limor Fried (pseudonyme : LadyAda[623]). Le compte de Blake Ross a été supprimé en raison d'un trop grand nombre d'homonymes[624]. L'algorithme chargé de repérer les

---

619 <www.zdnet.com/blog/foremski/google-refuses-compliance-with-korean-real-name-law-but-imposes-it-on-g-users/1920>. Cette loi, basée sur le *Resident Registration Number*, a été présentée précédemment : voir les notes n°367 et 368

620 Les explications techniques de cette suppression d'homonymes, de l'expérimentation et des résultats sont données à cette adresse, <gewalker.blogspot.com/2011/08/firsthand-examination-of-google-profile.html>

621 <support.twitter.com/articles/269158-comptes-verifies>, cette page officielle n'explique pas comment fonctionne le processus, et *Twitter* se refuse à communiquer dessus, malgré le fait que des comptes vérifiés aient été des usurpations, <gigaom.com/2012/01/03/why-twitters-verified-account-failure-matters>. D'après Charles Nouÿrit, le processus reposerait sur un échange de codes par téléphone mobile, CdB 19/06/2012.

622 <www.identitywoman.net/googlereal-name-identity-woman>. Nous avions déjà évoqué Kaliya Hamlin à propos du NSTIC

623 Ingénieur et distributrice de matériel électronique *opensource* sous la marque *Adafruit*, Limor Fried est la première femme à avoir fait la couverture du magazine *Wired*, elle a également reçu un prix de l'*Electronic Frontier Foundation* pour sa contribution à l'usage de matériels et de procédures non propriétaires (dans la lignée des mouvements *opensource* et *do it yourself*). Voir <www.adafruit.com/blog/about>. Elle relate sa suppression de compte sur *Twitter*, <twitter.com/adafruit/status/94863785973661696> et sur son blog < www.adafruit.com/blog/2011/07/23/google-suspended-limor-fried-ladyada-google-profile-no-show-and-tell-tonight>

624 Co-fondateur de *Firefox* puis directeur Produits chez *Facebook*

pseudonymes a également supprimé de nombreux comptes de ressortissants arabes ou asiatiques. À l'inverse, des profils avec des noms d'artiste ou des diminutifs ont été conservés[625].

La suppression d'un compte *Google+* entraine la suppression du compte *Google Profile*, auquel il est attaché, et par voie de conséquence la suppression de tous les autres comptes ouverts auprès des services *Google* (*Mail*, *Agenda*, *Docs*, etc.), cela ne manière parfois aléatoire, aux dires des bannis. Néanmoins, les enjeux dépassent largement le simple cadre d'usage d'un service. Entre l'iniquité du processus et de son application et l'idéologie de la politique, les deux se situant dans les *back-end politics* de l'entreprise, et en contradiction avec les *front-end politics*, de nombreuses manifestations vont éclore : des pétitions en ligne[626], des défilés dans la rue[627], un appel à créer une journée consacrée à la souveraineté du nom[628], des parodies[629], des *hashtags*[630], et une très large couverture médiatique[631].

Les premiers temps de l'inscription ont été réservés à des utilisateurs sélectionnés (et identifiés, en dépit ou en raison de leur pseudonyme), pour l'essentiel des activistes du milieu informatique nord-américain : développeur, ingénieur, webmaster, responsable marketing, infographiste, artiste, publicitaire, designer, gourou, etc. issus de la contre-culture[632]. En voulant se positionner sur cette communauté d'adoption, *Google* a pris le risque de ne pas respecter la convention sociale du pseudonyme (convention conçue dans les jeux de rôles et les premiers canaux de discussions de type IRC, Usenet). Dès lors la politique du vrai nom ne pouvait fonctionner, et il n'est pas étonnant que cette communauté, bridée dans son rituel social, s'affirme radicalement contre une telle politique. Il faut noter cependant que ceux qui portent ce mouvement de contestation sont loin d'être des marginaux, et bénéficient d'une solide réputation dans leurs communautés respectives[633].

625 <www.wired.com/epicenter/2011/07/companies-google-plus>
626 <my.nameis.me> et <www.change.org/petitions/google-inc-google-needs-to-allow-pseudonyms-on-services-like-google-for-anonymity>
627 *The Million Persona March*, <lists.shesgeeky.org/lists/subscribe/millionpersona> et <identitywoman.us2.list-manage.com/subscribe?u=99cb3afc391ee61d32afa8f2c&id=14225c921d>
628 Le 08 aout, <www.identitywoman.net/nam-sovereignty-day-my-nameis-me>
629 *Google Minus*, <antimatter-studios.com/googleminus>
630 <twitter.com//search?q=#nymwars> et <twitter.com/search?q=#plusgate>
631 <www.wired.com/epicenter/2011/07/google-plus-user-names>, <www.zdnet.com/blog/violetblue/google-plus-deleting-accounts-en-masse-no-clear-answers/567>, <abcnews.go.com/International/internet-evolution-war-web-anonymity/story?id=14242311>
632 TURNER F., *From counterculture to cyberculture*, Chicago: University of Chicago Press, 2006
633 <www.theatlantic.com/technology/archive/2011/08/why-facebook-and-googles-concept-of-real-names-is-revolutionary/243171>

À leur encontre, les responsables de *Google+* se sont exprimés sur plusieurs fronts. D'abord, des corrections techniques ont été présentées (amendement des *back-end politics*)[634], puis elles ont été accompagnées d'excuses[635], et de précisions à propos du respect de la vie privée :

> "*We take data protection seriously. We don't know our users by name, he insists. We just store anonymous identifiers, but no personal data. (...) Google's primary goal is to improve the accuracy of targeted advertising. (...) The identities of the people behind the numbers are irrelevant. We don't even want to know the names of users*"[636]

Or, par dépendance fonctionnelle, directe ou indirecte, l'identifiant unique est relié à un nom : il y a confusion ici entre un identifiant technique (le numéro) et un identifiant social (le nom). Cela dit, il est vrai que la publicité ciblée ne requière pas la connaissance du nom, mais celle des coordonnées de l'espace de réception où placer un message publicitaire. Dans l'absolu, *Google* n'a effectivement pas besoin de connaitre le nom de ses utilisateurs. Par contre, en vantant les mérites de la publicité ciblée, il cherche à contrebalancer la réputation liée aux nombreuses sollicitations commerciales non désirées (spam) que produisent des techniques sans identification. En faisant disparaitre cette externalité négative, il en créerait une autre pesant sur ses utilisateurs.

Il ressort de ces discours que les enjeux se situent à des niveaux ontologiques, économiques et sociopolitiques. Dans un premier temps, la politique du nom réel mise en place par *Google* révèle des enjeux de nature ontologique et sociopolitique, liés au cadre de l'institution nominale. En effet, « le nom demeure un critère essentiel pour retrouver quelqu'un », dans un moteur de recherche ou un espace publicitaire, « ainsi, la pratique du pseudo ou du faux nom risque de ne pas pouvoir se systématiser » dans les politiques informationnelles des bénéficiaires de tels dispositifs, (STENGER & COUTANT, 2010). Or, nous considérons que, individuellement ou socialement, cette pratique est

634 <plus.google.com/113116318008017777871/posts/VJoZMS8zVqU>, sur la page de profil *Google+* de Bradley Horowitz, Vice-Président, chargé des produits sociaux chez *Google*. Ancien de chez *Yahoo !*, il fut responsable du rachat de *Flickr* et de *MyBlogLog*, un service innovant en termes d'identification des contributeurs dans le domaine des blogs, une logique qu'on retrouve dans *Google+*.

635 <plus.google.com/111091089527727420853/posts/Fddn6rV8mBX>, dans une interview de Vic Gundotra, Vice-President Senior chez *Google*, chargé de la branche Produits sociaux, « inventeur » de *Google+* (responsable hiérarchique de B. Horowitz). Ancien de chez *Microsoft*, il fut responsable stratégique pour *Windows Live*, la plateforme de services sociaux en ligne, et surtout de sa mise en compatibilité avec les API de *Google*.

636 « Nous prenons au sérieux la protection des données. Nous ne connaissons pas nos utilisateurs pas leurs noms. Nous stockons seulement des identifiants anonymes, pas des données personnelles. (…) Le but premier de Google est d'améliorer la pertinence du ciblage publicitaire (…). Les identités des gens derrière les numéros ne sont pas de notre propos. Nous ne voulons même pas connaitre leur nom », Peter Fleischer, conseiller général pour le respect de la vie privée au sein de *Google*, <abcnews.go.com/International/internet-evolution-war-web-anonymity/story?id=14242311>

un critère essentiel dans la construction de soi, du rapport à l'autre et du vivre ensemble. Quand *Google* autorise l'identification avec « le nom que vous utilisez dans la vie de tous les jours », il doit s'attendre à ce que des personnes voulant éviter la discrimination ou au contraire la recherchant, des artistes[637], des individus issus d'autres espaces de noms[638], utilisent un pseudonyme plutôt que leur identité civile. Ainsi, l'autonyme est souvent le gage d'une autonomie, en ce sens, il est un privilège (une loi privée, particulière), voire une nécessité vitale : des opposants à la politique de *Google* listent ainsi toutes les personnes qui voudraient pouvoir se réfugier derrière un pseudonyme : enseignants, victimes de harcèlement, résidents sous dictature, salariés mécontents, activistes, professionnels soumis au devoir de réserve[639].

Pour autant, certains considèrent que ces anonymes sont minoritaires[640], irresponsables[641] ou atteints mentalement[642], et ne devraient pas dicter les conditions d'utilisation de *Google*. Le revers de cette conception est l'autorisation faite à *Google* de définir l'espace de noms (réels) que la majorité doit adopter. Il s'agit là aussi d'une forme de privatisation de l'institution nominale.

Pour la sociologue danah BOYD (dont on sait l'attachement qu'elle porte à son nom)[643], la première communauté adoptant un outil fixe les normes sociales de son usage. Pour *Facebook*, ce sont les élites universitaires qui ont mis en avant le « vrai nom » : le site est au départ un trombinoscope réservé aux étudiants du campus de Harvard, puis à tous ceux de la *Ivy League*. Puis survient un syndrome transcontextuel quand les minorités ("*afro, latino, suburbs*", etc.) ont migré de *MySpace*

637 DocPopular, un artiste de rap, a été l'un des inscrits à se retrouver banni du site. Il explique pourtant : "*Doctor Popular (or Doc) has been my everyday name for 12 years. It's how people know me in business and at work, and it's how people know me in my social life. Being Brian Roberts on G+ would be like being anonymous. Brian Roberts has no online history at all, well not for me*" ; « Doctor Popular (ou Doc) est mon nom de tous les jours depuis 12 ans. C'est comme ça que les gens me connaissent dans le milieu, au travail, et c'est comme ça que les gens me connaissent dans ma vie sociale. Être Brian Roberts sur G+ serait comme être anonyme. Brian Roberts n'a aucune histoire en ligne, en tout cas pour moi », <www.docpop.org/2011/07/trapped-in-the-googlehole>

638 Il y a des cultures à patronyme ou à matronyme (on marquera la filiation au père ou à la mère, tradition russe, arabe, anglo-saxonne), des cultures à nom de famille (le gentilice), à noms composés (système latin), etc.

639 La liste complète sur <geekfeminism.wikia.com/wiki/Who_is_harmed_by_a_%22Real_Names%22_policy%3F>

640 Lance Ulanof, rédacteur en chef chez *PCMag.com* : « Les gens qui dans les régimes répressifs manifestent et s'expriment publiquement dans les réseaux sociaux sont minoritaires. Est-ce que c'est ce groupe qui devrait avoir une influence sur ce genre de politique ? », <www.pcmag.com/article2/0,2817,2389078,00.asp>

641 Dans la famille marketing, Randy Zuckerberg, sœur de Mark, et à l'époque directrice marketing de *Facebook* : « Je pense que l'anonymat sur Internet devrait être éliminé. Les gens se comportent bien mieux quand ils le font en leur nom. Je pense que les gens se cachent derrière l'anonymat et se sentent libre de dire n'importe quoi en secret », <www.eff.org/deeplinks/2011/08/randi-zuckerberg-runs-wrong-direction-pseudonymity>

642 Dans la famille ingénierie informatique, Mark *Zuckerberg* : « Avoir deux identités ressemble à un défaut d'intégrité », <venturebeat.com/2010/05/13/zuckerberg-privacy>

643 Voir la note n°21 sur l'écriture politique de danah BOYD

(site à pseudonymes) à *Facebook*, elles ont mis à mal cette norme. Le même mouvement a eu lieu en France, avec le passage de *Skyblog* (site à pseudonymes) à *Facebook*. À la question de savoir pourquoi les membres des minorités préfèrent s'identifier avec un pseudonyme, danah BOYD répond que ceux qui se fient le plus aux pseudonymes dans les espaces virtuels sont ceux qui sont le plus marginalisés par les systèmes de pouvoir. Les règlements de type « vrais noms » (*real name policy*) ne sont pas émancipateurs, explique-elle, ils constituent une affirmation du pouvoir sur les individus vulnérables, pour elle un véritable abus de pouvoir[644]. Nous sommes bien dans le cadre de l'institution nominale, privatisé par un acteur économique, dont les *back-end politics*, *via* la transnationalisation, impose un espace de noms spécifique à tous ses usagers. *Facebook* est exactement dans cette lignée, d'une part en prescrivant l'usage du vrai nom dans ces conditions d'utilisation[645], d'autre part en proposant aux membres de bénéficier d'une *vanity* URL sur le modèle <http://www.facebook.com/prenom.nom>[646].

Dans un deuxième temps, *Google* semble manifester une réorientation de son activité, passant d'un modèle d'affaires basé sur l'indexation algorithmique de milliards de documents, à un autre basé sur la certification de l'identité des auteurs de ces documents, ainsi que de leurs commentateurs et lecteurs. Pour ce faire, *Google* mobilise (en arrière-plan) les langages formels qu'il a incité (notamment HTML5 et les microdonnées), les brevets qu'il a déposé sur la signature électronique et la traçabilité des documents répliqués dans un graphe social, ainsi que son agrément comme fournisseur d'identité obtenu auprès de l'ICAM[647], et il les investit au premier plan dans l'interface d'un site de socialisation et dans de multiples autres services (*Checkout*, *Latitude*, *Wallet*, etc.). Or cette migration provoque un syndrome contextuel particulier, ainsi exprimé par Doc SEARLS :

> "*To Google, Twitter and Facebook, pseudonyms, handles and nicknames are for users. Real names, or common names, are for customers. And real names tend to be what we have on our*

644 <www.zephoria.org/thoughts/archives/2011/08/04/real-names.html>

645 Section 4 – Inscription et sécurité des comptes : « Les utilisateurs de Facebook donnent leur vrai nom et de vraies informations les concernant, et nous vous demandons de nous aider à ce que cela ne change pas », <www.facebook.com/legal/terms>

646 Vanity URL, ou nom d'utilisateur : « Les noms d'utilisateur les plus courants sont généralement des variations du nom réel des utilisateurs. Par exemple, une personne nommée Sophie Durand peut choisir "sophie.durand" comme nom d'utilisateur ; ses amis pourront alors visiter son profil (journal) à l'adresse www.facebook.com/sophie.durand. De même, vous pouvez choisir pour l'adresse de votre Page une extension semblable au nom de votre Page afin de faciliter la tâche aux personnes qui vous recherchent sur Facebook », <www.facebook.com/help/?page=151408221595144>

647 *Identity, Credential and Access Management Framework*, voir note n°340

> *credit cards and government-issued identification cards and documents, such as drivers licenses and passports. When a seller wishes to authenticate us, that's what they ask for.*
>
> *Note carefully: Most users don't pay. All customers pay: that's what makes them customers*."[648]

Ainsi, l'entreprise ne se situe plus dans une économie documentaire (le cœur historique) ou éditoriale (les créations du milieu des années 2000 : ***YouTube***, ***Blogger***, ***Picasa***, et dans une certaine mesure ***Google+***), mais dans une « économie de l'intention », explique D. SEARLS, l'intention de l'achat. En effet, en plus de la base de données des intentions (John Battelle, ***Xaxis***, ***Facebook Exchange***), située à l'arrière-plan infrastructurel, il est nécessaire de proposer au premier plan des services permettant de faire « se rencontrer la chaine des attentes et la chaine d'approvisionnement » [649]. Pour atteindre ce point de convergence, il est nécessaire d'établir en amont de la chaine des attentes (la chaine logistique étant depuis fort longtemps hyper-rationnalisée), les opinions que les individus expriment sur les produits (la réputation) et la possibilité qu'ils diffusent cette opinion auprès de leurs cercles sociaux (la prescription) ; en aval, il est nécessaire de certifier les identités à la fois de ceux qui expriment leurs attentes dans des productions éditoriales et des comportements d'achat, et de ceux qui vont fournir le moyen de payer les produits parvenant de la chaine d'approvisionnement. Pour Doc SEARLS, ce moyen réside dans le porte-monnaie (***wallet***, en anglais), pour David WINER (inventeur du podcasting), ce moyen se trouve dans le téléphone mobile[650].

---

[648] « Pour Google, Twitter et Facebook, les pseudonymes, diminutifs et surnoms sont pour les usagers. Les vrais noms, ceux de tous les jours, sont pour les consommateurs. Et ces vrais noms tendent à être ceux que nous avons sur nos cartes de crédit, nos certificats d'identité délivrés par le gouvernement, et sur d'autres documents comme nos permis de conduire ou nos passeports. Quand un vendeur veut nous authentifier, c'est ce qu'il demande. Notez au la plupart des usagers ne paient pas. Tous les consommateurs paient : c'est ce qui en fait des consommateurs », <blogs.law.harvard.edu/vrm/2011/08/28/circling-around-your-wallet>. Doc Searls est l'instigateur du projet VRM (***Vendor Relationship Management***), visant à retourner la logique de capture des données personnelles perpétrée par les vendeurs avec leurs logiciels de CRM et à la retourner au profit des titulaires, voir note n°160. Journaliste, éditorialiste, blogueur, Doc Searls intervient également à l'Université de Californie et à Harvard.

[649] "***Where the demand chain meets the supply chain***", SEARLS D., ***The Intention economy***, 2006, <www.linuxjournal.com/node/1000035>

[650] « Avec une politique du nom réel, (…), il est possible de relier votre compte avec vos comportements d'achat auprès des banques, des revendeurs, des supermarchés, hôpitaux, compagnies aériennes. Il est possible de relier l'usage de votre téléphone mobile s'il utilise leur système d'exploitation. Il est possible de fournir une identité compatible avec les processus commerciaux. Et il est possible de leur donner des informations sur ce que vous faites sur Internet, sans s'embarrasser des pseudonymes » ; "***With the real-name policy (...), it's possible to cross-relate your account with your buying behavior with their partners, who might be banks, retailers, supermarkets, hospitals, airlines. To connect with your use of cell phones that might be running their mobile operating system. To provide identity in a commerce-ready way. And to give them information about what you do on the Internet,***

Si Kaliya Hamlin est critique vis-à-vis de la politique des noms réels de *Google*, elle approuve cependant les finalités d'un écosystème identitaire médiatisé par des acteurs privés : en évoquant le NSTIC comme futur cadre de publicisation des identités, pourtant basé sur le vrai nom (comme Christine Schlasinger, elle n'est pas dupe du pseudo-anonymat des fournisseurs d'identité), elle s'interroge moins sur la question de la confiance en un tel dispositif que sur celle de la confiance que ce dispositif va créer entre les individus, ou comment un cadre technique va déterminer un cadre social. L'écosystème identitaire a pour vocation de faciliter les transactions commerciales : *Google*, comme *Facebook*, par leurs processus d'identification en nom réel, pourraient grandement faciliter les transactions commerciales. Les prospectivistes envisagent déjà des applications dans les transactions quotidiennes, comme payer son boulanger à l'aide de son compte *Facebook*[651]. Ainsi, la double posture de Kaliya Hamlin ne conduit pas, dans l'absolu, à un paradoxe : le pseudonyme est envisageable – à la discrétion du titulaire – dans les interactions sociales se déroulant au sein d'un espace public, à l'inverse le nom réel a un caractère obligatoire – pour l'opérateur – dans des transactions commerciales se déroulant au sein d'un espace commun[652]. Toutefois, s'il ne s'agit pas d'un paradoxe, nous considérons qu'il relève d'un syndrome transcontextuel que deux ces espaces soient accessibles par un même dispositif.

En participant à l'économie de la réputation, à celle de la certification d'identité, en mettant le porte-monnaie dans le téléphone, et enfin en faisant d'un cadre technique un cadre participatif, *Google* réoriente complètement son secteur d'activité historique en faisant se converger ces compétences, ces services, ces appareils. Nous modérerons toutefois la privatisation de l'institution nominale en rappelant que la délégation régalienne n'est que partielle : la procédure de certification repose toujours sur un document émanent d'un registre opéré par les pouvoirs publics.

---

without obfuscation of pseudonyms", <scripting.com/stories/2011/07/25/whyGoogleCaresIfYouUseYour.html>

651 <www.identitywoman.net/the-trouble-with-trust-the-case-for-accountability-frameworks>

652 Nous reviendrons sur la distinction entre espace commun et espace public, ce dernier devant être entendu selon l'acception habermassienne d'un processus délibératif. Voir chapitre 7.

Conclusion du Chapitre 3

S'assurer contre l'anomalie de ceux qui n'ont pas de nom ne garantie pas que les relations interindividuelles ou entre individus et organisations vont se dérouler sereinement. Un autre attribut détermine le cadre participatif : la réputation. L'observation des phénomènes sociaux permet de construire un cadre interprétatif pour l'intention des auteurs (SCHÜTZ) : il produit des connaissances, qui se sédimentant, donnent lieu à autant d'indicateurs pour un engagement ultérieur. Cette élaboration se situe dans le domaine info-documentaire, et combine des processus de capture (AGRE, 2003), d'enrichissement par métadonnées des activités humaines (documentarisation de l'agir et redocumentarisation de l'être, tout au long de la vie ; en reprenant les concepts de Roger T. PÉDAUQUE, 2006, 2007 ; ZACKLAD, 2007 ; SALAÜN, 2010, 2012), de computation et de commensuration (STEVENS & ESPELAND, 1998) en standardisant des phénomènes singuliers en métriques universelles. Toutefois, cette prétendue universalité (de la collecte, des langages formels, de la calculabilité et des standards) n'échappe pas à un certain constructivisme, ni aux stratégies des entreprises.

En considérant les données personnelles et les procédures info-documentaires comme une copie zéro et la matrice de sa reproduction, nous affirmons le caractère industriel de la réputation. Ainsi, la production et la diffusion de prescripteurs d'engagement s'organise au sein de la filière des industries de la certification d'identité et de la réputation (ICIR). Tirant ses origines des secteurs militaires et sécuritaires pour la première branche, et des secteurs de l'édition et de la finance pour la seconde, les ICIR déploient aujourd'hui leurs dispositifs dans tous les secteurs d'activité socio-économique. La grille de lecture des industries de la culture, de l'information et de la communication peut permettre d'éclairer le fonctionnement et les stratégies des ICIR (MIÈGE, MŒGLIN , LACROIX, TREMBLAY, BOUQUILLION *et al.*). Nous retiendrons notamment le procès d'informationnalisation, la transnationalisation des échanges, les modes de financiarisation (par soutien public, opportunisme boursier, double marché des données personnelles et des publicités ciblées) et la structuration générale entre un oligopole et une fourmilière de micro acteurs : ces derniers participent à l'énonciation éditoriale de la réputation et de la recommandation en combinant les technologies info-documentaires au profit d'oligopoles traditionnels (WPP) ou spécifiques à l'économie numérique (*Google*). Afin de spécifier les logiques socio-économiques propres aux réseaux socionumériques, nous proposons la création d'un nouveau modèle dit du « salon », hybridant les modèles précédents (éditorial, flot, club, compteur, courtage), mais surtout reposant sur une redistribution des acteurs entre titulaire des données personnelles et éditeur de contenus anecdotiques, l'opérateur technique du dispositif, le récipiendaire à qui sont adressés les

données personnelles et le bénéficiaire qui valorise l'opérationnalisation de son dispositif. Ainsi, les ICIR contribuent aux ICIC en garantissant l'expérience de consommation d'un bien culturel.

L'articulation que propose notre modèle entre un niveau macroéconomique et un niveau microsociologique est opérationnalisée dans une infrastructure informationnelle (BOWKER & STAR) ; par exemple, une base de données, en interfaçant des relations de connaissances (le réel/le modèle) et d'actions (la conception/l'usage). Or cet objet-frontière n'échappe pas au syndrome transcontextuel d'un transfert (de types de représentations et de modalités d'intervention, HACKING) d'un contexte à un autre (RUHLEDER & STAR) : emprise du paradigme cybernétique dans un premier temps, et dans un second dilution du sujet épistémique aliéné au modèle socioculturel des concepteurs de l'infrastructure informationnelle. Le problème est d'établir la conscientisation, voire l'intention, de ces acteurs. Nous proposons comme clé de lecture le seuil de visibilité des politiques informationnelles de l'oligopole (ROGERS), et comme cas d'étude la "***real name policy***" de ***Google***. Ainsi, malgré les "***front-end politics***" autorisant les pseudonymes, la suppression de comptes dans ***Google+*** dévoile les "***back-end politics***" de l'entreprise et son vœu de migrer d'un écosystème documentaire à un écosystème identitaire. Cette migration occasionne des formes de domination socioculturelle (des représentations propres à une élite aux possibilités d'intervention laissées aux utilisateurs) : si le pseudonyme est – encore – toléré pour un usager dans le cadre de ses interactions, le titre d'identité fourni par les pouvoirs publics reste obligatoire dans le cadre de transactions commerciales, même opérées par des agents du secteur privé. Ces deux cadres étant instanciés – dans notre exemple – par un même opérateur (***Google***, mais cela est aussi valable pour ***Facebook***), le fait qu'il ne tire aucun bénéfice du premier cadre d'interactions le conduit à imposer le second cadre de transactions, au risque de contaminer le social avec les postulats épistémiques et paradigmatiques du marché et des médias : constructivisme du modèle conceptuel des représentations de l'être, grammatisé en atomes informationnels computables, et de l'agir, conçu de manière universelle comme stratégique et calculatoire.

Conclusion de la première partie

Si le nom a la propriété de désigner quelqu'un, il n'est jamais la propriété de celui qu'il désigne. Instituer une identité revient à destituer son sujet, et cela de trois manières différentes : par institution, par représentation et par délégation.

L'institution nominale est un procès historique conduit par des agents administratifs à l'aide d'un dispositif attribuant des identités aux entités individuelles d'un espace (territoire, bâtiment, système d'information). Ce dispositif met en œuvre des fonctions de sas (contrôler l'identité dans les flux d'entrée et sortie de l'espace) et de moniteur (surveiller l'activité sociale, économique, politique des entités de l'espace). Les entités successivement repérées ont été les esclaves, les malades, les soldats, les contribuables, les fous, les insurgés, les indigents, les ouvriers, les élèves, les électeurs, les consommateurs. Tous ont été sujet d'une identification (via l'attribution de titres d'identité), d'une classification (symbolique, et parfois géographique), puis d'une surveillance (ou d'une croyance en une surveillance systématique) : si quelques dispositifs ont été mis au service d'idéologies d'extermination, la plupart des dispositifs identitaires sont destinés à l'optimisation des activités économiques et à la gestion des populations. L'un comme l'autre relève d'un paradigme rationaliste n'échappant pas cependant à l'interprétation et au mésusage de leurs agents : excès de zèle, opportunisme bureaucratique et corruption marquent une première forme – périphérique – de privatisation. Toutefois, en appliquant la discrimination à tout le monde, l'institution ôte la singularité de chacun : il s'agit donc là surtout d'une privation au profit des pouvoirs publics.

La représentation de cette singularité prend forme dans un procès informationnel combinant atomisation, catégorisation, capture, (re)documentatisation, calcul et commensuration de données produites par des tiers ou par la saisie endogène effectuée par le titulaire, encodées par des langages formels et opérés dans les dispositifs identitaires. Les technologies de ces dispositifs identitaires conduisent à une objectivation des entités en monades informationnelles performées en réputation par leur herméneutique et leur combinatoire : c'est là une première forme de privatisation que d'informer (au sens de mettre en forme) l'être et l'agir. Le caractère arbitraire des modèles conceptuels confère à ces ontologies le statut d'une novlangue des ingénieurs informatiques.

La délégation à des entreprises des phases conceptuelles et opérationnelles des dispositifs identitaires marque une autre forme de privatisation de l'institution nominale. Au sens économique du terme, les industries de la certification d'identité (gérant le sas avec l'appui de compétences issues des secteurs militaires et sécuritaires) et de la réputation (gérant le moniteur

avec l'appui de compétences issus des secteurs de l'édition et de la finance) contribuent aux industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIR/ICIC) en apportant de meilleures garanties avant la commercialisation d'un service ou d'un bien culturel, sur la base d'une identification des agents économiques et de leurs intentions d'achat ainsi qu'en positionnant dans leurs propres espaces de réception des recommandations basées sur des éléments réputationnels (leur historique, ceux de leurs amis, ceux d'individus au comportement identifié comme semblable au leur). En l'espèce, il s'agit d'une reprivatisation d'un espace de réception que s'était approprié l'usager (l'écran de son ordinateur, de son mobile, la boite de réception de son client de messagerie, la fenêtre de son navigateur, etc.). Au sens sociologique, cette privatisation est un syndrome transcontextuel dans la mesure où les types de représentation et les modes d'intervention définis dans l'espace de production du cadre de fonctionnement sont imposés dans l'espace de réception du cadre d'usage, de surcroit quand ce dernier se situe dans une autre aire culturelle, et inversement quand ce qui se déroule dans l'espace de production des titulaires est capturé, traité et interprété dans l'espace de réception d'un agent (humain ou logiciel) des ICIR se situant dans une autre aire culturelle.

Ces espaces sont principalement situés en ligne dans des interfaces mises à disposition par les grandes entreprises du web, ***Google*** et ***Facebook***. Les deux sont dans des situations de position dominante : ***Google*** cherchant à se positionner dans l'info-médiation identitaire lors de transactions commerciales tandis que ***Facebook*** occupe la section aval de l'énonciation éditoriale de contenus anecdotiques. Les logiques socio-économiques de ces deux entreprises peuvent être approchées avec le « modèle du salon », distinguant le titulaire et le récipiendaire (auteur et récepteur identifié des contenus anecdotiques), l'opérateur (technique) et le bénéficiaire (économique) du dispositif, chacun étant à même de déterminer le cadre privatif de production et réception des données personnelles.

La multiplicité des acteurs, des dispositifs, des espaces produit un complexe de contextes au sein duquel le transfert de données personnelles est problématique. Nous considérons que, eu égard aux enjeux pesant sur les individus, leur cadre d'usage doit être abordé de manière spécifique (II^{ème} partie) avant d'en aborder les possibilités de régulation (III^{ème} partie).

IIème PARTIE, **LA MÉDIATISATION DU PROJET IDENTITAIRE**

« On veut faire de nous des Moi bien délimités,
bien séparés,
classables et recensables par qualités,
bref : contrôlables »,

COMITÉ INVISIBLE, *L'insurrection qui vient*, 2007, p.18

Il y a deux mondes derrière l'écran, celui des entreprises, de leurs stratégies et de leurs microtechnologies informationnelles, et celui des usagers, de leurs modes d'appropriation et de leurs pratiques. Cette II^{ème} partie entend se situer au plus près des personnes, dans un rapport interindividuel, et dans leur rapport aux dispositifs identitaires. Après la micro-informatique et la socioéconomie, nous considérons qu'une approche microsociologique permettra d'inverser le point de vue et d'éclairer de manière complémentaire l'étude de notre objet. Nous présenterons successivement le cadre, la méthode et les résultats de cette approche microsociologique.

Le chapitre 4 retracera le procès de réflexivité conduisant au mode de saisie endogène que nous avons repéré dans les dispositifs identitaires. Couvrant une période similaire à celle abordée dans le chapitre 1, sur le temps long des pratiques biographiques, ce procès prend la forme d'une double, voire d'une triple contrainte : celle de l'injonction à être soi, dans un monde de normes, et *via* des pratiques de communication médiatisée par ordinateur. C'est dans cet espace de contraintes que

doit s'immiscer le chercheur, immixtion d'autant plus problématique que cet espace est aussi celui de la vie privée. Des questions éthiques et pratiques conduiront alors à concevoir une méthodologie immersive et multi-située (chapitre 5). Enfin, fort de ce double cadrage, socio-historique et méthodologique, nous serons en mesure d'approcher les pratiques et les représentations d'une population dans son usage des dispositifs identitaires, et plus spécifiquement, au sein des réseaux socionumériques, de Facebook. De plus, nous considérons qu'il est nécessaire de choisir une population qui soit à même d'incarner une figure idéaltypique du sujet contemporain, c'est pourquoi – de manière opportune – le chapitre 6 sera consacré à un groupe de jeunes adultes en apprentissage dans le secteur du tertiaire, et pris dans un complexe de contextes et de contraintes.

Chapitre 4

L'INJONCTION À ÊTRE SOI DANS UN MONDE DE NORMES

« Je n'ai pas de nom.
Pourquoi aurais-je un nom.
Je suis unique. »

Gérard Klein

La saisie endogène amène à resituer du côté des utilisateurs le pouvoir adamique des dispositifs identitaires. Si ce mode de saisie apparait seulement dans les dispositifs contemporains, il renvoie cependant à des pratiques, non plus biographiques, mais autobiographiques, présentes elles aussi depuis la tradition antique. Comme le faisait remarquer Jacques PERRIAULT, l'« exposition de soi élargie » a précédé les réseaux socionumériques »[653]. C'est donc à nouveau à un parcours historique que nous invite ce chapitre : le projet identitaire qui va se construire va équiper aussi bien les individus que les groupes sociaux, faisant de l'identité cette notion-écran que nous nous attèlerons à déconstruire. Ce chapitre sera l'occasion de voir en quoi les sciences de l'information et de la communication sont outillées et légitimes pour l'étude de cet objet. Partant de là, la dernière section de ce chapitre sera consacrée à l'étude des processus d'identification et de socialisation en ligne.

1. L'instabilité de l'émancipation de soi

1.1, De l'objectivation à la co-construction

En regard du cadre épistémique où l'individu se voit instituer une identité, le projet identitaire offre la possibilité à l'individu d'être autonome et de s'approprier le geste instituant. Si

653 PERRIAULT J., « Traces numériques personnelles, incertitude et lien social », *Hermès*, n°53, 2009, p.13-20. Citation p.14

les dispositifs identitaires contemporains intègrent des formes de saisie endogène, la réflexivité a depuis les premiers temps de l'homme engagé l'individu dans une démarche de connaissance de soi (A) passant par des partenaires humains ou matériels (B).

A, L'objectivation

A.1 Le principe d'identité

Selon PLATON, la phrase « *gnothi seauton* » : « connais-toi toi-même » était gravé au fronton du temple de Delphes[654]. La légende l'attribue à SOCRATE, même si des préceptes équivalents ont été écrits précédemment. Dans l'ensemble, cette sentence invite à partir en quête de soi-même, ce serait là d'ailleurs le seul chemin de la sagesse. Dans le *cogito* de DESCARTES, ce projet passe par la mise en doute des sensations corporelles, et ce serait là le seul moyen d'affirmer l'autonomie de la pensée. Ce processus cognitif est pour HEGEL la base de ***La phénoménologie de l'Esprit*** (1807), et l'un des fondements de la civilisation occidentale : c'est la naissance de l'individu moderne, doté d'un esprit et de la capacité de le sonder (par l'exercice de la dialectique), et donc de la capacité à prendre des décisions, à agir, à bénéficier d'un libre arbitre, au détriment d'un Esprit inatteignable qui assujettirait plus qu'il ne subjectiverait. Dans cette phrase se trouve peut-être, par son statut d'injonction, toute la nature de l'Occident qui pose la question – et son voisin étymologique la quête – de l'identité comme une nécessité absolue. C'est là le cadre de ce que nous appelons le **projet identitaire** et pour lequel, à la différence du cadre de l'institution nominale, le rapport d'incorporation des dispositifs identitaires semble plus fort. **Le projet identitaire désigne ainsi la dynamique qui anime un individu dans la configuration de son chemin de vie et qui passe par des choix opérés au moment des opportunités** (sociales, professionnelles, etc.) **et marqués dans de multiples signes** (face, apparence, posture, composition de ses relations sociales, etc.). Nous partons de l'hypothèse que **ce projet identitaire se déroule tout au long de la vie**, à tout le moins depuis la jeune adolescence, et que, tout au long de la vie, **l'individu recompose sans cesse son identité**, selon les espaces et les temps sociaux dans lesquels il évolue (autrement dit les contextes) et qui peuvent avoir sur lui une influence. En repartant des approches logiques, psychologiques et philosophiques, nous proposons de montrer

[654] Les connaissances que nous avons aujourd'hui forgées à partir de l'Antiquité sont fragmentaires, attachées à des penseurs dont la cristallisation semble suspicieuse mais en même temps ces connaissances sont le ferment de notre civilisation. C'est donc avec circonspection qu'il faut lire ces moments historiques, notre intérêt pour eux résidant d'abord dans la manipulation de concepts qu'ils nous permettent.

en quoi consiste ce projet identitaire, et en quoi son actualisation renvoie à une dynamique socio-historique plus large.

Le mot identité vient du latin « *identitas* », qui vient d'« *idem* », et plus lointainement encore d'un thème indo-européen, ***i-*** (PICOCHE, 1971 : 543-544).

> « *idem*, *ibidem*, *item*, mots tous latins, dans lesquels *i-* et *ibi-* (…) sont différentes formes d'un démonstratif, qui ont les sens de « cela, dans cet endroit, de cette manière » (…). La syllabe finale *-dem* ou *-tem*, marque que l'objet, l'endroit ou la manière ont déjà été indiqués. Le même démonstratif se trouve dans le latin *ipse*, où il est suivi de la syllabe *-pse*, d'une valeur analogue à celle de *-dem*. Le latin populaire *metipsimum*, à désinence superlative, qui est devenu en français *meesme*, même, contient *ipse* et commence par *met-*, qui est une simple syllabe de renforcement, de telle sorte que, au point de vue sémantique, même équivaut à peu près à *idem* et qu'il sert à le traduire (le même).
> À *idem* se rattachent identité, caractère de ce qui est le même, identique, identifier, d'où identification (v. faire) », (CLÉDAT, 1912 : 341-342).

Le premier usage du mot identité est associé au principe d'identité, qui semble apparaître dans le *Parménide* de PLATON. Ce principe appartient d'abord à la logique pure : le principe d'identité est le fait de considérer qu'une chose est identique à elle-même. On résume souvent ce principe par l'équation A = A.

À ce principe on en rajoute un second, le principe de non-contradiction : si une chose est telle qu'elle est, elle ne peut pas être autre chose. D'où l'équation A ≠ B. Le principe du tiers-exclu pose que si A et B sont différents, C n'a pas plus d'équivalence. Or, pour savoir ce qui n'est pas B, ou C, autrement dit pour savoir ce qui fait A, ce dernier doit faire preuve de réflexivité : il est nécessaire d'apprendre à se connaitre soi-même. Ainsi s'opère un glissement qui va du logique à l'ontologique.

Le principe d'identité est également requis par la théologie dans la théorie du nominalisme : les noms accordés aux choses (y compris les idées) signifient-ils que ces choses pourraient exister sans être nommées ? Autrement dit, Dieu, la liberté, les Idées platoniciennes sont-ils des universaux ? En postulant que A = A, et que A ≠ B, il est possible de prouver l'existence de Dieu : si « je suis moi », « je ne suis pas Dieu ». Mais cela ne suffit à pas attribuer une substance à Dieu (S^{t} THOMAS D'AQUIN, 1273), de même qu'il n'y en a pas à la Liberté ou la Justice, ou à l'Humanité. Le nominalisme postule le caractère idiomatique de l'homme (qui doit manifester son eccéité, déclare

DUNS SCOT vers la fin du XIII[ème], son être-là, dira HEIDEGGER au XX[ème], s'individuer, enfin, selon SIMONDON, c'est-à-dire aller au-delà de sa forme universelle), et la nécessité de construire des représentations du réel de manière empirique (GUILLAUME D'OCCAM, 1324)[655].

Cependant, cette nouvelle approche du principe d'identité pose deux questions sur la conscience de soi, et relatives à sa provenance et sa destination.

A.2 La psychogenèse

La question de l'origine de la conscience de soi formule ses réponses selon deux hypothèses radicalement différentes, selon que cette conscience est préexistante à l'être, fonctionnant alors comme une structure déterminante du développement, ou selon que ce sont les expériences qui construisent l'individualité. HEGEL se situe dans la première hypothèse, suivi par la métapsychologie de la seconde topique de Sigmund FREUD. Pour le père de la psychanalyse, le « Moi » se construit dans la tension (toute dialectique) entre le principe de plaisir du « Ça » et le principe de réalité du « Surmoi ». Dans les années 20, les théories psychanalytiques vont inspirer la théorie du développement de l'enfant chez des psychologues comme Henri WALLON : le stade du miroir marquerait ainsi le début d'une alternance (toute dialectique) entre des stades intellectuels et affectifs. Pour le psychanalyste Jacques LACAN, la réflexivité mettrait un terme à l'adualisme, la fusion mère-enfant laissant place à la conscience de soi, qui à l'âge adulte se caractérise par le doute (cartésien).

À l'inverse, dans la deuxième hypothèse, le constructivisme d'un psychologue comme Jean PIAGET considère que le développement de l'enfant tient moins de l'enchainement de stades que de phases d'adaptation se succédant au rythme des apprentissages. Dans cette acception, la conscience de soi relève d'une construction mentale qui se sédimente par expériences, par interprétation des expériences (SCHÜTZ, 1932), par interprétation des expériences selon des variables sociales (VYGOTSKY, 1931).

[655] DUNS SCOT J., *Le principe d'individuation (De principio individuationis)*, (vers 1300), Paris : Vrin, (vers 1300), 2005 ; HEIDEGGER M. *Être et temps*, Paris : Gallimard, (1927), 1986

B, Co-construction

B.1 L'instrumentalisation

Quel que soit le chemin de la psychogenèse, la réflexivité, ou la capacité à réfléchir à son reflet, oblige à s'objectiver pour devenir sujet, en même temps qu'elle conduit à objectiver les autres, pour qu'ils deviennent sujets et qu'en retour nous objectivant nous devenions sujet. Dans l'ontologie de Martin HEIDEGGER, la qualité de l'être s'inscrit dans une « présence au monde » (***in der Welt sein***), une temporalité ***hic et nunc*** qui fonde « l'être-là » (le ***Dasein*** en allemand). L'être étant au monde, il est aussi un « être-avec » (***Mitsein***) et un « être-avec-les-autres » (***Midasein***), que HEIDEGGER résume/réduit dans la forme « On ». Dans ce cadre, l'autre est défini parce qu'il fait, son agir, plus exactement parce qu'il me fait. L'autre a une utilité. Mais si j'utilise l'autre, il peut également m'utiliser : « On » me fait quelque chose. Si le sujet peut devenir objet dans la tyrannie du « On », l'objet « autre » peut également devenir instrument dans celle du « Moi ». Pour le philosophe Stéphane HABER, l'interlocuteur à qui l'on demande « Que penses-tu de moi ? » est réduit « au statut de prétexte, au sens d'un stimulus sollicitant quasiment l'acte réflexe, conduit à une réification qui me réduit moi-même au statut mécanique »[656]. L'autre peut alors être considéré comme un pré-texte précédant le texte du « Moi ».

En sondant le visage de l'autre, en le « dé-visageant »[657], et en admettant l'impossibilité d'atteindre ce qu'il est, un sujet ontique, il est possible de percevoir l'Infini, l'insondable, l'Absolu. Dans un agir que LÉVINAS identifie comme typiquement bourgeois (comme les relations de service étudiées par GOFFMAN)[658], qui surdétermine le politique dans le philosophique (notamment chez ceux qu'il qualifie de poststructuralistes : FOUCAULT, BARTHES, LACAN, etc.), l'être n'a plus lieu d'être. Il est vital alors de retourner au sujet, et de lui offrir une éthique, non pas comme mode d'emploi déontologique, mais comme cadre d'agir. Au cadre fourni par la civilisation rationnelle, classificatoire, qui individualise ses membres (***via*** les dispositifs identitaires de la I[ère] partie), et leur impose une structure sociale, il conviendrait – selon LEVINAS – de resituer le sujet au cœur des expériences sociales.

656 HABER S., ***L'aliénation. Vie sociale et expérience de la dépossession***, Paris : PUF, 2007 : 208
657 LÉVINAS E., ***Totalité et infini : essai sur l'extériorité***, Paris : livre de Poche, (1961), 1990
658 Lire RAFFEL S., "***If Goffman had read Levinas***", ***working paper*** n°17, ***Edinburgh School of Social and political Studies***, 1999, <www.sociology.ed.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0012/13017/WP17_Raffel1999.pdf>, pour voir les points de convergence – ou divergence – entre les deux auteurs.

Pour cela, il est nécessaire d'opposer la personne à l'individu. Richard SENNETT notait déjà que l'époque victorienne marquait la dissolution de la personnalité, l'érosion des caractères, exacerbés, extravertis, au profit d'individus plus lisses, plus policés.

> « L'individu de l'individualisme puise l'essentiel de sa définition dans ses propriétés internes qui en font un être autonome dont la vocation est l'indépendance. Cette autonomie résulte de la capacité que lui donne sa raison de pouvoir vivre et agir par soi. Le propre de l'individu humain est en effet de pouvoir se décider par lui-même à partir de représentations et de normes émanant de sa réflexion critique, qu'il est apte à traduire en stratégies et en actes (***pouvoir sur soi***). D'autre part, dans la mesure où sa personnalité profonde s'exprime par des désirs et des passions singuliers, il est mû par des intérêts particuliers qui l'amènent à vouloir vivre selon eux, pour son propre compte, pour soi, en dépendant le moins possible de volontés extérieures qui tendraient à l'aliéner (***vivre pour soi***). À défaut de pouvoir nécessairement devenir une réalité ou même d'être recherchée avec autant de force et au même degré par tous les individus, cette aspiration à l'indépendance est vue par l'individualisme comme l'expression la plus achevée de la nature humaine »[659].

Le pouvoir de penser par soi chevillé à la volonté de vivre pour soi est une association que réfute le « personnalisme ». Le personnalisme (de ***persona***, le masque de comédien, en étrusque) en tant que philosophie, comprendre ici mode de vie (et non philosophie analytique), s'applique aux relations en face à face, et par voie de conséquence, ne peut être modélisé tant l'intersubjectivité est sans limite : MOUNIER estime que le personnalisme échappe à toute stratégie, et donc à toute « systémisation définitive »[660]. En revanche, la « relationalité » permet à l'être humain de devenir en découvrant par la relation interpersonnelle sa propre personnalité et son inscription dans l'humanité. Comme le dit BUBER, « au commencement était la relation ». Au Moi individualiste qui n'a rien à partager, assujetti à lui-même, BUBER propose de le remplace par un « Je-Tu », un ***a priori*** précédant le Je comme le Tu[661], un nouveau pré-texte.

Ainsi, entre d'une part des intellectuels comme LÉVINAS ou BUBER, pour qui l'autre, le Tu précède et transcende le Je (le Je ne se prononce que parce qu'un Tu existe déjà), et d'autres tels le linguiste

---

659 LAURENT A., *Histoire de l'individualisme* : U.F., Coll. « Que sais-je ? », 1993 : 4
660 MOUNIER E. *Le personnalisme*, Paris : PUF, (1939), 2010
661 BUBER M., *Je et Tu*, Paris : Aubier, (1935), 2012

Émile BENVENISTE, pour qui le Je amène au Tu (le Tu n'existe que parce qu'un Je a été prononcé), la relation qui noue les deux entités, le dialogue (et ici il est possible de faire référence à Mikhaïl BAKHTINE) pourrait se résoudre à une mise en situation de deux locuteurs (faisant fi du dualisme de l'émetteur et du récepteur)[662]. Cette intersubjectivité est cruciale pour nous : au niveau micro, elle conduit à l'intersubjectivation médiatisée en ligne, tels qu'en parlent Julie DENOUËL ou Fabien GRANJON (section B3) ; à un niveau macro, elle résonnera avec le dialogue dans un espace commun que Jürgen HABERMAS nomme espace public (chapitre 7).

B.2 L'outillage

Si la réflexivité est une pratique permettant d'atteindre une présence au monde, elle permet également d'établir ce que FOUCAULT nomme « souci de soi ». Encore une fois, il ne s'agit pas de marquer des ruptures socio-historiques, les techniques de soi dont parle le philosophe ne sont pas neuves, mais connaissent une reconfiguration qui les positionne comme activités principales de l'espèce. Elles ne sont pas neuves car le « souci de soi », du grec, « ***epimeleia heautou*** », vient de CICÉRON[663], qui parlait à l'époque d'une culture de soi, à comprendre comme une activité où l'on cultive son soi avant d'être celle où l'on se cultive, où l'on accède à une culture. À la différence d'une morale kantienne qui fonctionnerait comme un code universel, il s'agit plus exactement d'une éthique – aristotélicienne – fonctionnant comme une déontologie eudémoniste (un guide pratique pour « mener une vie bonne », donc tout l'inverse de l'éthique de LEVINAS). Cette éthique de soi, une praxis associée à une téléologie, exige pour FOUCAULT un « régime de vérité » appliqué à la subjectivité. Afin de produire une « herméneutique du sujet », il est nécessaire d'en passer par des « techniques de soi » ; autant d'exercices qui, de la lecture conduisant à la méditation, de la mémorisation conduisant à l'écriture, doivent permettre de produire cette culture de soi. Il y a donc encore une fois inscription sur un support, que FOUCAULT, empruntant à SÉNÈQUE, appelle des « ***hypomnemata*** », des supports de mémoire[664].

---

662 BAKHTINE M., ***Esthétique et théorie du roman***, Paris : Gallimard, 1978 ; MOSÈS S., « Émile Benveniste et la linguistique du dialogue », ***Revue de métaphysique et de morale***, vol. 4 ; n°1, 2001, p. 509-525 ; KRISTEVA J., ***Hommage à Stéphane Mosès***, prononcé au Centre de la littérature et de la recherche culturelle de Berlin, le 9 juin 2008.

663 Indirectement, car comme chacun le sait, CICÉRON était latin, mais il est question ici d'une traduction parvenue jusqu'à nous par PHILON D'ALEXANDRIE, qui lui était hellénophone.

664 « On y consignait des citations, des fragments d'ouvrages, des exemples et des actions dont on avait été témoin ou dont on avait lu le récit, des réflexions ou des raisonnements qu'on avait entendus ou qui étaient venus à l'esprit. Ils constituaient une mémoire matérielle des choses lues, entendues ou pensées », FOUCAULT M., ***Dits et écrits. Tome 2 : 1976-1988***, Paris : Gallimard, 2001, p1237. Citation reprise par COUTANT, 2011 : 54

Cette notion de support peut être appréciée autrement, selon la notion développée cette fois par Danilo MARTUCCELLI. Le support n'est pas tant la surface sur laquelle on écrit l'identité, mais plutôt un tuteur, un soutien, un arc-boutant provenant de l'extérieur et sur lequel peut se constituer le projet identitaire, un ensemble de supports « matériels ou symboliques, proches ou lointains, conscients ou inconscients » qui permet à l'individu de se tenir[665].

Sans ses supports, rajoute FOUCAULT, il ne peut y avoir de stabilité pour soi ; en permettant « un retour et une retraite dans le passé », ils sédimentent le sujet et construisent un projet. Mais il faut prendre garde à la finalité de l'écriture de soi, une parmi les techniques : il ne s'agit nullement d'écrire pour publier. C'est là un glissement souvent opéré dans les discours populaires à propos des blogs par exemple : tenir un journal intime en ligne (Michel SERRES publiera un journal extime) vaut-il comme une technique de soi ? Il n'y aurait pas performativité dans ces écrits, si tant est qu'on l'attende exclusivement du côté de l'espace de réception. Mais *quid* d'une performativité *per se* ? Nous pensons au contraire qu'il existe une heuristique de l'écriture de soi pour soi et qu'il peut y avoir individuation dans l'écriture numérique de soi dans le double projet d'un lecteur et d'une écriture. Un projet qui se conçoit donc autant dans l'espace de production que dans celui de la réception. Comme le dira Yves JEANNERET, « celui qui écrit ne peut penser une écriture que s'il suppose quelqu'un qui s'est déjà la lire » (JEANNERET, 2011 : 80).

B.3 L'intersubjectivation

D'un regard tourné vers l'intérieur, une introjection, peut naitre une projection. Le projet du « *gnothi seauton* » peut aussi se lire comme projet d'un sujet qui – se connaissant – se donne à voir comme objet auprès d'un public. Narcissisme et exhibitionnisme sont dès lors souvent convoqués pour qualifier ce type de comportement. Le psychiatre Serge TISSERON estime qu'il peut être analysé autrement, c'est-à-dire comme contributeur du processus identitaire.

Estimant au départ qu'il était maladroit de nommer « exhibitionnisme » le comportement qu'adoptaient les lofteurs, ces jeunes adultes participant à l'émission de téléréalité *Loft Story* (M6, 2001), S. TISSERON proposa le concept d'extimité pour désigner la publicisation du soi intime :

[665] MARTUCCELLI D., *Grammaire de l'individu*, Paris : Gallimard, 2002 : 64. La somme sociologique proposée par cet auteur, notamment dans son dernier ouvrage *La Société singulariste*, Paris : Armand Colin, 2010, 264 p., nous semble reprendre les tropismes identifiés à la fois dans la seconde modernité et dans l'individuation

> Tout d'abord, il nous faut pouvoir croire que notre interlocuteur partage le même système de valeurs que nous. (…). Mais, sitôt la dynamique de l'extériorisation de l'intimité engagée, l'interlocuteur qui nous renvoie quelque chose n'est plus un double de nous-mêmes. Pour accepter son point de vue et commencer à nous en enrichir, il nous faut maintenant nous identifier à lui. (…) Ces constructions (…) relèvent d'une sorte 'd'instinct' qui est le moteur de l'existence, aussi bien du point de vue psychique individuel que des liens sociaux. En revanche, ce mouvement a longtemps été étouffé par les conventions et les apprentissages. Ce qui est nouveau, ce n'est pas son existence, ni même son exacerbation, c'est sa revendication et, plus encore, la reconnaissance des formes multiples qu'il prend »[666].

Pour le psychosociologue américain Irwin ALTMAN, le dévoilement de soi (***self-disclosure***) serait le point d'entrée de l'altérité et de l'intersubjectivation. Sa théorie de la pénétration sociale s'exprime dans la métaphore des peaux d'un oignon, qu'il faudrait ôter une à une pour rentrer dans l'intimité de l'autre[667]. Il s'agit d'une part d'un double mouvement d'identification : exprimer des éléments de l'intime physique et psychique à destination d'un autre et voir par ses réactions s'il est comme nous ; voir ensuite si l'on est comme lui en échangeant et en acceptant son point de vue. Le désir d'extimité est central pour les adolescents et il est revendiqué aujourd'hui dans l'offre de dispositifs techno-sémio-pragmatiques destinés à cette tranche d'âge (du genre ***Skyblog***) et dans les attentes des utilisateurs. Dans un texte qu'il consacre à « l'identité-écran », François PÉRÉA reconnait le caractère interpersonnelle de l'identité, car elle est « co-construite dans la relation à autrui » (PÉRÉA, 2011, ***op. cit.***). À partir de l'identité narrative de Paul RICŒUR que nous découvrirons dans la section suivante, Julie DENOUËL nomme intersubjectivation « les différents procédés propres à soi (discours et pratiques interactionnelles et sociales structurant ce discours) et extérieurs à soi (discours/commentaires d'autrui, configuration du dispositif, contexte historique et social, etc.) », (DENOUËL, 2011)[668].

Dans un sens plus large, l'identité nait de cette double genèse (endogène/exogène) entrelaçant le génotype et l'environnement social d'une part, et d'autre part des expériences soumises à interprétation (herméneutique du sujet) et sédimentarisation (culture, connaissance). Le tout est

---

666 TISSERON S., ***L'intimité surexposée***, Paris : Ramsay, 2001. Citation p.55

667 ALTMAN I., ***The Environment and Social Behaviour: Privacy, Personal Space, Territory, Crowding***, Monterey : Brooks/Cole, 1975

668 DENOUËL J., « Identité », ***Communications***, vol.1, n°88, 2011, p.75-82

sémiotisé mentalement ou matériellement dans des ensembles de signes qui sont autant des mémoires, des supports, des reflets, des preuves et des traces. Ce que GOFFMAN appelle une « combinaison unique de faits biographiques qui finit par s'attacher à l'individu »[669]. Or cet attachement relève de l'inscription dans le temps, et en tant que processus dynamique, la psychogenèse intègre le temps comme une problématique et une dimension constitutive.

1.2, De l'ipséité à l'instabilité

De la même manière que les DI enregistraient tout de l'être et de l'agir des individus et des collectifs, le projet identitaire se situe dans un rapport à la mémoire, la mémoire de soi pour soi sans souci d'être une mémoire pour les autres (A). Néanmoins, comme les DI, la finalité d'une telle démarche fait écho à une problématique d'instabilité, non plus au niveau des États ou des entreprises soumis au risque de l'anomalie, mais au niveau de soi pris dans les flux de l'époque et de la vie (B).

A, L'ipséité

A.1 Les topologies de l'intime

Pour la sociologue Isabelle BERREBI-HOFFMAN[670], et dans la continuité de la théorie de la pénétration sociale d'I. ALTMAN, l'intime est stratifié en autant de couches qui articulent l'extérieur à Soi – le commun – et l'intérieur – l'intime. Mais avant d'en présenter la configuration actuelle, il convient de présenter comment elle s'est construite dans le temps.

Provenant du latin *in-*, « à l'intérieur », le superlatif *intimum* signifie littéralement « le plus à l'intérieur de l'intérieur » (CLÉDAT). Il apparait en français au XIII^{ème} siècle, signalant le rapport affectif avec un ami, un ami intime. C'est à partir du XVII^{ème} qu'il signale un rapport intérieur (proche de « l'âme », « ce qu'il y a de plus profond, par rapport à Dieu », déclare PASCAL[671]) : c'est ce qui réside en notre « for intérieur », ce qui donnera « l'intime conviction » des juges. L'acception récente de l'intime, nous dit I. BERREBI-HOFFMAN, c'est ce que l'on sait de soi. À quoi Serge

669 GOFFMAN E., ***Stigmates***, Paris : Minuit, (1963), 1975. Citation p.73
670 BERREBI-HOFFMANN I., « Les métamorphoses de l'intime », ***Empan***, vol.1, n°77, 2010, p.13-17,
671 PASCAL, ***Lettre sur la mort de mon père, Œuvres, tome II***, 1651

TISSERON rajoute, en nuançant, que l'intime, c'est aussi ce que l'on ne sait pas de soi, la part inconsciente, ou la part que sciemment on ne veut pas dévoiler (TISSERON, 2001 : 49).

Il ressort de ce parcours proposé par la sociologue quatre niveaux d'intimité :

- le familier est ce qui est le plus proche de l'extérieur à soi. Ce sont les secrets qu'on partage avec les amis, la famille, les proches. C'est un sens qui provient de la définition du Moyen-âge ;
- le caché se démarque nettement de l'extérieur, « c'est l'intime construit par retranchement progressif de tous les espaces publics », nous dit la sociologue[672]. Ce sont les relations intimes (ou sexuelles), le corps et le charnel, l'organique, le malade qu'on soustrait aux regards des autres, parfois même à celui des proches. C'est cet intime qui façonne la pudeur, et qui entretient et s'entretient dans le procès de civilisation d'après ELIAS ;
- le subjectif est plus récent. Il provient des Lumières et sera exacerbé dans la Seconde modernité : il regroupe « le for intérieur, le libre arbitre individuel, la vie intérieure, l'imaginaire, la conscience intime ». C'est le « Moi » de G. H. MEAD (1934)[673], opérationnalisé dans la « face » de GOFFMAN. L'intime subjectif peut donner lieu à une relative publicité, dans les journaux intimes. Isabelle BERREBI-HOFFMAN estime que ce mouvement est rarissime : les pratiques attachées à l'identité numérique nous montreront le contraire. Néanmoins, la sociologue a raison de signaler que si l'intime subjectif se communique, il ne peut pas se partager ;
- l'intime personnel est une propriété unique qui nous distingue des autres, y compris dans la famille : c'est ce qui fait l'identité, « c'est ce qu'il y a de plus unique dans l'individuel ». Cela correspond au « Je » de G. H. MEAD, le Soi non social.

Cette stratification correspond d'ailleurs à la définition juridique et « américaine » de la *privacy* (WARREN & BRANDEIS). Donald WINNICOTT, psychanalyste, définit quant à lui le *Self* comme la représentation qu'un individu se fait de lui-même. Si cette représentation est pertinente avec la réalité et permet d'en apprécier le potentiel (notamment en comprenant le cadre expérientiel), WINNICOTT parle de vrai *self* (1960). Le faux *self* se construit quand il n'est pas permis ou possible

672 Nous ferons attention ici que la sociologue emprunte la définition traditionnelle de l'espace public (vs. *oïkos*), à comprendre comme espace commun et non l'acception habermassienne. Nous reviendrons en III[ème] partie sur la différence entre espace commun et espace public, selon qu'on les considère comme des espaces ou comme des processus.

673 MEAD G. H., *Mind, Self, and Society*, Chicago : University of Chicago Press, 1934

que les expériences vécues atteignent leur pleine potentialité. Dans un cas extrême, cela peut engendrer des pathologies lourdes, dans l'autre cela équivaut à la face goffmanienne et à la politesse éliassienne. L'historien français Marcel GAUCHET considère pour sa part que l'identité est moins une quête de vérité qu'une quête de sens[674]. Le philosophe canadien Charles TAYLOR estime à l'inverse que la quête du moi est une quête de la vérité[675].

A.2 Le noyau de mêmeté comme information du sas

Pour A. MELUCCI, sociologue italien et auteur d'un travail sur l'identité collective, « le mot identité… est sémantiquement inséparable de l'idée de permanence »[676]. La permanence de la conscience de soi peut s'entendre sur un temps long (l'ipséité, d'*ipse* : soi-même) ou un temps court (la mêmeté, d'*idem :* le même).

Dans la philosophie de Paul RICŒUR, « l'identité-mêmeté » (que le philosophe nomme également « identité numérique ») est la conscience d'un noyau qui a su conserver son caractère identique dans le temps, la conscience de ce qui fait l'identité de ce noyau, de ce qui est resté identique : cette conscience est faisable dans le quotidien, d'un jour sur l'autre[677]. « L'identité-ipséité » marque la conscience de la permanence de soi tout en sachant qu'il n'y a pas de noyau identique perceptible[678]. Quelle conscience ai-je de la permanence d'un Moi, en tant qu'adulte, quand je relis mes cahiers d'enfant ?

Le sociologue Jean-Claude KAUFMANN, qui a produit de nombreux travaux autour de l'identité (des individus, des couples, etc.), va dans le même sens : « en se distribuant sur ses entours matériels, la personne acquiert consistance et stabilité. Le maintien et la constance que l'on pense être le propre de l'individu ne sont rien d'autre que l'effet de son extériorisation et de son arrimage

674 GAUCHET M., *La religion dans la démocratie : parcours de la laïcité*, Paris : Gallimard, 1998. Repris dans AURAY N., « Le web participatif et le tournant néolibéral : des communautés aux solidarités », in MILLERAND F., PROULX S., RUEFF J. (dir.), *Web social. Mutation de la communication*, Québec : Presses de l'université de Québec, 2010, p.33-50. Citation p.46

675 TAYLOR C., *Les sources du moi : aux origines de l'identité moderne*, Paris : Seuil, 1998. Citation reprise par VOIROL, 2011 : 130

676 MELUCCI A., "*The Process of Collective Identity*", in JOHNSTON H., KLANDERMANS B. (dir.), *Social movements and Culture*, Minneapolis : University of Minneapolis, 1995 : 46, cité par BRUBAKER, 2000 : 73

677 RICOEUR P., « L'identité narrative », *Esprit*, n°7-8, 1988, p.295-305

678 Pour illustrer ce point, nous prendrons pour référence le mythe du bateau de Thésée. Conservé dans un musée, les pièces du navire tombent et sont remplacées une à une : un clou ici, une planche là, jusqu'au moment où toutes les pièces d'origine ont été changées. S'agit-il toujours du bateau de Thésée ? A partir de quand peut-on affirmer qu'il n'est plus le même ? Quand est-ce qu'a disparu le noyau de mêmeté ?

dans les choses familières »[679]. Il y aurait ainsi un « faire avec »[680] ces « choses familières » qui conduirait à l'ancrage identitaire.

Cependant, dans la typologie établie précédemment des dispositifs identitaires, le noyau de mêmeté nous semble être l'information capitale traitée par la fonction de sas des dispositifs identitaires. En effet, l'invariabilité de ce noyau (individuel ou commun) le positionne comme critère opérant dans la filtration des individus : le marquage ineffaçable du fer rouge, la couleur de peau, les modes de conservation des registres renvoient à cette idée d'un noyau atemporel sur lequel opérer la ségrégation ou l'agrégation sociale.

A.3 L'identité-ipséité comme information du moniteur

La mêmeté pour RICŒUR se bornant à établir le caractère de ce qui est identique, son écriture relèvant du descriptif, il est nécessaire d'adopter alors un autre genre pour écrire l'ipséité, le soi-même. RICŒUR entend présenter cette « sorte d'identité à laquelle un être humain accède grâce à la médiation de la fonction narrative » (1988).

> « Sans le secours de la narration, le problème de l'identité personnelle est en effet voué à une antinomie sans solution : ou bien l'on pose un sujet identique à lui-même dans la diversité de ses états, ou bien l'on tient, à la suite de Hume et de Nietzsche, que ce sujet identique n'est qu'une illusion substantialiste […] Le dilemme disparaît si, à l'identité comprise au sens d'un même (*idem*), on substitue l'identité comprise au sens d'un soi-même (*ipse*) ; la différence entre *idem* et *ipse* n'est autre que la différence entre une identité substantielle ou formelle et l'identité narrative. […] À la différence de l'identité abstraite du Même, l'identité narrative, constitutive de l'ipséité, peut inclure le changement, la mutabilité, dans la cohésion d'une vie. Le sujet apparaît alors constitué à la fois comme lecteur et comme scripteur de sa propre vie selon le vœu de PROUST. Comme l'analyse littéraire de l'autobiographie le vérifie, l'histoire d'une vie ne cesse d'être refigurée par toutes les histoires véridiques ou fictives qu'un sujet se raconte sur lui-même. Cette refiguration fait de la vie elle-même un tissu d'histoires racontées. […] L'identité narrative n'est pas une identité stable et sans faille ; de même qu'il est possible de composer plusieurs intrigues au sujet des mêmes incidents […] de même il

[679] KAUFMANN J.-C., *L'invention de soi. Une théorie de l'identité*, Paris : Armand Colin, 2004
[680] DE CERTEAU M., *L'invention du quotidien, tome 1 : arts de faire*, Paris : Union générale d'édition, 1980

> est toujours possible de tramer sur sa propre vie des intrigues différentes, voire opposées. […] En ce sens, l'identité narrative ne cesse de se faire et de se défaire. », (RICŒUR, 1988)

Il y a deux états contradictoires dans cette identité narrative : le premier que nous connaissons désormais, où l'acte d'écriture prétend solidifier, « supporter » dirait D. MARTUCCELLI, « refigurer » sans figer l'identité, tourmentée qu'elle est par la vie, et la modernité. Se raconter comme acte réflexif appartiendrait aux techniques de soi, participerait de ce « souci de soi » dont parlait FOUCAULT.

Mais l'ipséité n'est pas qu'une conscience inscrite dans le temps, et son deuxième état est plus fragile : chez HEIDEGGER, elle montre la difficulté à conserver son *Dasein* dans l'altérité : que se passe-t-il quand un *Dasein* en rencontre un autre ? Revers de l'objectivation : l'ipséité marque ainsi la difficulté à ne pas être saisi par l'inéluctabilité d'un « Moi » qui deviendrait un « On ». Nous pouvons alors nous demander ce qu'il adviendrait de l'extériorisation d'un noyau d'intime identique, ou dit autrement de l'extimité d'un *Dasein* qui serait chosifié dans des signes, ou pire encore dans un dispositif techno-sémio-pragmatique.

Les pratiques biographiques, dans le cadre épistémique qui est le leur, nécessitent l'inscription d'une identité-mêmeté : elles sont pleinement dans l'écriture d'une identité numérique au sens de RICŒUR, dans l'inscription d'un noyau de mêmeté (la race, la religion, le comportement). À l'inverse, les dispositifs autobiographiques relèvent plus d'une quête de l'identité-ipséité. En ce sens, le souci de lire l'ipséité est satisfait par la fonction moniteur des dispositifs identitaires en mode endogène.

B, L'instabilité

À l'encontre des dispositifs identitaires, qui se conçoivent comme une fixation, ou à rebours de l'ipséité, qui elle pourrait se concevoir comme une sédimentation, le processus psychogénétique doit aussi s'apprécier dans les mutations historiques qu'il a connu. Alors que les temps ancien et classique voyaient l'identité sociale comme un héritage (peu susceptible de promotion ou de déchéance), la modernité projette l'identité individuelle dans et par un flux dynamique. Nous proposons de retracer à grands traits cette mutation, de resituer l'évolution du cadre épistémique jusqu'à un moment contemporain, afin de discerner la finalité de l'injonction contenue dans le projet identitaire et d'évoquer les potentialités de déploiement dans un contexte numérique.

B.1 L'histoire des modernités

Ce que FOUCAULT appelle ***épistémè*** regroupe les conditions du discours, telles qu'elles s'organisent au fil des siècles et des paradigmes : de l'analogie à la Renaissance, suivi de la représentation rationnelle pendant la période classique jusqu'à l'épistémè « hypermoderne » de la réflexivité et de la « grande conversion numérique »[681]. Non seulement cette permutabilité des ***épistémè*** n'est pas nouvelle, renvoyant à la consolidation du cadre d'assurance contre l'anomalie (chapitre 1) et à la dissolution des traditions dans la Modernité, mais elle souligne encore plus l'impermanence des moments. Fluidité d'un côté, qui appelle de l'autre une certaine stabilité.

Le sociologue allemand Ferdinand TÖNNIES distingua à la fin du XIX^{ème} siècle la ***Gemeinschaft*** (communauté), désignant les groupes sociaux du Moyen-âge centré sur la satisfaction et la préservation du bien collectif, et la ***Gesellschaft*** (société), centrée sur la satisfaction des désirs et la préservation des biens individuels[682]. En plus de la socialité qui se déploie dans la communauté (centrée sur le bien collectif, le ***res publica***), deux critères supplémentaires la définissent :

- une régulation du social par l'entremise des traditions ;
- une régulation du politique par l'entremise de la souveraineté.

Plusieurs changements vont venir perturber ces modes de régulation : une nouvelle représentation de la réalité physique (COPERNIC, GALILÉE, NEWTON) et par voie de conséquence, du fait de la remise en cause du pouvoir de droit divin, une nouvelle représentation politique, ***a priori*** démocratique dans les premiers temps de la Révolution française. La promesse des Lumières est donc d'apporter aux civilisations, par le Progrès et la Raison, une harmonie entre les individus. Le Progrès scientifique conduit au Progrès industriel, qui amène le Progrès social. Ce genre de syllogisme conduit des intellectuels à présenter des projets de cités harmonieuses comme les Salines royales, les phalanstères, etc[683].

Mais le syllogisme faillit à tous les niveaux :

- le positivisme (SAINT-SIMON, Auguste COMTE) met fin à une approche métaphysique de la réalité et ontologique de l'individu. Causalité et finalité de l'être et de l'humanité n'ont plus lieu d'être questionnées ;

681 DOUEIHI, ***La grande conversion numérique***, 2008, ***op. cit.***
682 Étymologiquement, une communauté partage des changements (****ko-***, ensemble et ****mei-***, ***mutatis***, changement), alors qu'une société partage un contrat. On trouve trace, et sens, de cette étymologie dans ***Gemeinschaft*** (étymon ****mei-***) et ***Gesellschaft*** (étymon ***soc-*** traduit en germanique ***sell***, qui donnera en anglais ***sell*** : vendre, et qui porte l'idée de contrat).
683 Voir chapitre 1, 2.3, et plus précisément la note 81 pour retrouver des exemples de cités harmonieuses.

- le capitalisme redistribue les moyens de production et les résultats de cette production de façon particulièrement inique, reproduisant les dissensions sociales de l'Ancien régime.
- le contrôle social nécessaire pour réguler l'accroissement démographique lié à l'amélioration de l'espérance de vie et l'afflux massif de populations dans les grands centres urbains, industrialisés par les progrès mécaniques et énergétiques, requiert également de la science et dans l'intérêt des propriétaires des moyens de production de disposer d'outils d'identification, d'évaluation et de catégorisation des individus installés en ville et travaillant dans les usines, mais aussi de ceux susceptibles de freiner le Progrès (chapitre 1).

De TOCQUEVILLE, au milieu du XIX[ème], à SIMMEL et sa ***philosophie de l'argent***[684], en passant par HUGO et d'autres artistes (BAUDELAIRE notamment), tous soulignent l'échec des Lumières, du Progrès et de la Modernité. Ces dénonciations oscillent entre optimisme (pour MARX[685], la lutte des classes doit conduire à l'amélioration des conditions de vie des prolétaires ; pour DURKHEIM[686], la division du travail peut mener à une plus grande solidarité interindividuelle, une interdépendance pour reprendre les termes d'ELIAS) et pessimisme (pour WEBER[687], l'emprise de la bureaucratie va se faire de plus en plus forte, jusqu'à rationaliser tous les aspects de la vie sociale).

Avec le XX[ème] siècle, la relativité en physique (EINSTEIN) ou en esthétique (PICASSO), l'effroi de la seconde guerre mondiale (d'Hiroshima à Auschwitz), et l'inanité des discours (marketing, syndicalisme, religion), les interrogations se font plus pressantes, et un nouveau paradigme est mis à jour : nous aurions dépassé la Modernité, nous serions postmodernes. Pour LYOTARD, cela signifie essentiellement que les « Grands récits » sont obsolètes[688]. La tradition n'a plus lieu d'être[689]. Le résultat de ce rejet des traditions prend pour certains la forme d'une « ingratitude »[690] ou de crises de la transition, de la représentation, de la raison. Alors que pour d'autres, cette lecture

684 SIMMEL, *Philosophie de l'argent*, 1900, *op. cit.*
685 MARX K, ENGELS F., *Manifeste du Parti communiste*, Paris : Flammarion, (1848), 1999
686 DURKHEIM E., *De la division du travail social : études sur l'organisation des sociétés supérieures*, Paris : PUF, (1893), 2007
687 WEBER M., *La domination légale à direction administrative bureaucratique*, 1921
688 LYOTARD J.-F., *La condition postmoderne*, Paris : Minuit, 1979 ; pour Lev MANOVICH, les grands récits sont remplacés par les algorithmes, voir chapitre 2, section 1.4B, en page 107
689 L'exemple, désormais célèbre, par lequel Jean-Claude KAUFMANN commence son argumentation est le suivant : désormais, les parents n'habilleraient plus leur enfant nouveau-né avec des layettes d'un sempiternel bleu pour les garçons, rose pour filles, mais auraient la liberté de choisir du noir. Idem, le buffet remplacerait la tablée dans les réunions de famille.
690 FINKIELKRAUT A., *L'ingratitude : conversation sur notre temps*, Paris : Gallimard, 1999

historique ne relève pas d'une rupture, mais d'une continuité. D'abord parce que la première modernité a laissé un goût d'inachevé.

En effet, l'émancipation par le Progrès semble n'avoir concerné qu'une frange de la population aisée, cultivée, masculine[691]. Ensuite parce que cette émancipation reste portée par des institutions, ce qui est contradictoire avec le projet autonomiste. Enfin, parce que le Progrès continue de générer des risques, mais d'un genre nouveau.

Dans un premier temps, la société contemporaine est marquée par la vitesse[692], l'excès[693]. Il ne s'agit donc pas d'une rupture, mais selon Anthony GIDDENS, d'une radicalisation : le philosophe anglais parle d'« *high modernity* »[694].

Dans un deuxième temps, parce qu'elle emprunte une courbe hyperbolique, la civilisation génère des risques de même nature. En fait, il ne s'agit plus de risques naturels, comme autrefois, mais de risques liés au Progrès, aux découvertes scientifiques, aux choix économiques et politiques, et notamment à la confiance et la délégation des prises de décision dans des systèmes dits experts (des agents intelligents comme la machine, l'ordinateur, des groupes de travail, etc.). Si le principe de risque remplace le principe de confiance, il s'accompagne également d'un principe de précaution[695], d'une logique assurantielle (MATTELART, 2007) qui conduit les institutions, les entreprises à reconfigurer leurs processus décisionnels. Au niveau des individus, ce sont les formes de la socialité qui sont remises en cause. Afin d'éviter le maximum de risques, il faut pouvoir identifier les individus porteurs d'opportunités, et ce grâce à leur réputation (chapitre 3).

Mais cette instrumentalisation n'est pas la seule forme de l'individualisation qui apparait alors. Pour Jean-Claude KAUFMANN, il est possible de voir émerger un « individualisme positif ». Dans la même logique que GIDDENS, dans la lignée duquel il s'inscrit, le sociologue français estime que ce « moment moderne » n'est pas une rupture qui verrait se consommer une atomisation du social, un individualisme du chacun pour soi, un égoïsme moral, un désir de solitude, une « déliance »[696] mais

691 BADINTER E., *L'un est l'autre : des relations entre hommes et femmes*, Paris : Odile Jacob, (1986), 2002
692 VIRILIO P., *Vitesse et politique*, Paris : Galilée, 1977
693 LIPOVETSKY G., *Les temps hypermodernes*, Paris : Grasset, 2004 ; AUBERT N. (dir.), *L'individu hypermoderne*, Paris : Erès, 2004
694 GIDDENS A., *Les conséquences de la modernité*, Paris : L'Harmattan, 2000
695 BECK U., *La société du risque : sur la voie d'une autre modernité*, Paris : Flammarion, (1986), 2008
696 Sur la « déliance sociale », et par extension, sur la « reliance », des concepts chers à Edgar MORIN, François DE SINGLY ou Michel MAFFESOLI, lire BOLLE DE BAL M., « Reliance, déliance, liance : émergence de trois notions sociologiques », *Sociétés* 2/2003 (n) 80) : 99-131. Voir aussi note n°10

la possibilité d'une « invention de soi » et des liens qu'entend tisser l'individu avec les autres (KAUFMANN, 2004).

L'un des points saillants de cette modernité est d'engager l'individu dans un processus réflexif : après avoir réfléchi aux structures sociales, aux traditions, aux institutions, aux grands récits, l'individu doit réfléchir à son propre récit, car il aurait la liberté et la capacité d'infléchir son propre destin. Pour cela, il est nécessaire qu'il fasse œuvre de stratégie, d'où l'accroissement des sollicitations de liens sociaux (devenir l'ami sur ***Facebook***, demander une recommandation sur ***LinkedIn***) car les autres seraient susceptibles de nous dévoiler. C'est donc un contrat microsocial qui se nouerait entre les individus, au détriment d'un contrat social avec les institutions. Ici, KAUFMANN emprunte au sociologue Robert CASTEL, proche de BOURDIEU et FOUCAULT et spécialisé dans la sociologie du travail, son concept de « désaffiliation »[697] : l'individu romprait avec ses affiliations traditionnelles (famille, institution, etc.) et notamment le travail (cadre dans lequel CASTEL développe son concept pour redéfinir ce qu'on appelle habituellement « exclusion sociale »). Mais, dans la sociologie de KAUFMANN, il s'agirait alors d'une « désaffiliation positive » : l'individu serait libre de nouer des liens avec ceux qu'il choisit, de construire de même qu'il pourrait à volonté rompre ces fils. Cette multiplicité des affiliations, ce « réseau social » (KAUFMANN n'emprunte jamais ce terme, alors même qu'il s'agit bien d'un maillage interindividuel) serait un marqueur personnel, le signe d'une authenticité, de la singularité individuelle. C'est en partie sur la base de cet individualisme positif que Patrice FLICHY fonde l'individualisme connecté, le cadre d'usage des TIC permettrait notamment de résoudre la déliance (FLICHY, 2004). DENOUËL & GRANJON parleront plus tard des stratégies individuelles pour mettre en place et signifier des « singularités subjectives »[698]. Or ce recentrage sur l'individu peut mener à une « culture du narcissisme »[699]. Pire, l'extimité requise pour construire des liens sociaux obligeant à publier des pans entiers de son intimité, l'individu se placerait dès lors sous le régime des « tyrannies de l'intimité »[700].

De la même manière que KAUFMANN prévoit que l'individu puisse renier son héritage familial (notamment patronymique), il conçoit qu'en termes de formation et d'apprentissage, les parcours

697 CASTEL R., *Les métamorphoses de la question sociale, une chronique du salariat*, Paris : Fayard, (1995), 2000
698 DENOUËL J., GRANJON F., « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, n°1, 2010,
699 LASCH C., *La culture du narcissisme : la vie américaine à un âge de déclin des espérances*, Paris : Flammarion, (1979), 2008
700 SENNETT R., *Les tyrannies de l'intimité*, Paris : Seuil, (1974), 1995

soient construits autour de l'individu (dans la veine de ce que proposait Jean PIAGET, et à sa suite des pédagogues comme Maria MONTESSORI, Françoise DOLTO ou Ernst von GLASERSFELD).

B.2 La volontaire impermanence de l'identité liquide

Ne se situant plus dans un rapport de déférence ni de référence aux traditions, cette modernité de l'individu, cet « individu individualisé » pour reprendre l'expression de KAUFMAN, n'est pas facile à mettre en œuvre : il en voit toute la douloureuse contradiction dans le couple, où la libre désaffiliation des amants se trouve bornée par le besoin de stabilité requis par les enfants. Comme le résume l'auteur, « entre l'enracinement qui emprisonne et l'errance qui insécurise, les individus élaborent des compromis (…). Ils espèrent avoir la liberté et la sécurité »[701]. Anthony GIDDENS parle à ce propos de « sécurité ontologique » : en se débarrassant de rôles traditionnellement structuré (le pater familias), les individus modernes atteindraient des formes de relations « pures », exclusivement affectives. De manière plus complexe, la contradiction esquissée par KAUFMANN trace les contours de l'identité moderne. Du coup, c'est à l'individu de tracer son propre testament, de la même manière que le fait la société moderne[702]. On pourrait croire alors à une certaine fixation de l'identité du fait de sa dimension testamentaire, ou scripturale. Mais *a contrario*, d'après le sociologue, l'individu n'exprime pas le désir de stabiliser son identité. Il lui préférerait une identité fluide, « liquide »[703], où il ne serait pas possible de remonter aux sources ni d'entrevoir une finalité, si ce n'est la dissolution, et où les choix seraient déterminés par des courants autant qu'ils orienteraient la suite des parcours. Pour KAUFMANN, et des philosophes comme Zygmunt BAUMAN, la vie comme l'identité doivent être perçue selon leur nature liquide : « Le droit de choisir sa vie et l'injonction à devenir soi-même placent l'individualité dans un mouvement permanent »[704].

> « Être en mouvement n'est pas une entreprise provisoire qui finira par tenir sa promesse et ainsi annuler sa propre nécessité. Être en mouvement n'a qu'un but : rester en mouvement. Le changement constitue pour les héros du premier récit une opération unique, un moyen permettant d'atteindre une fin ; les héros du second récit

[701] Au risque de n'avoir aucune des deux, voir note n°14
[702] « Notre héritage n'est précédé d'aucun testament », déclare René CHAR dans le recueil *Feuillets d'Hypnos*, aphorismes et courts poèmes sur la Résistance, entre action et contemplation. Écrits en 1943-44, publiés en 1946. Cette citation est mise en exergue par ARENDT H., *Condition de l'homme moderne*, Paris : Pocket, (1958), 2001
[703] BAUMAN Z., *L'identité*, Paris : L'herne, (2004), 2010
[704] EHRENBERG A., *La fatigue d'être soi*, Paris : Odile Jacob, 2000. Citation page 15, reprise dans FLICHY : 2004

> voient quant à eux le changement comme une fin en soi, qu'ils s'attendent à rechercher à perpétuité»[705]

Ce mouvement, nous dit EHRENBERG, peut conduire à la « fatigue de soi », fatigue aggravée par le spectre de la réussite. En effet, si injonction il y a, elle est nécessairement assortie d'une évaluation. S'il est possible de performer sa propre vie, il est logique de voir associer à nos actes des indicateurs de performance, et partant de réputation (chapitre 2, section 2.1B). C'est la scrutation obsessionnelle de ces indicateurs, omniprésents dans toutes les sphères de la vie, et des courbes qu'ils révèlent et qui nous comparent à la vie des autres qui est source de cette « fatigue de soi »[706]. L'individu serait alors dans un flux permanent d'indicateurs, d'informations. « Ce qu'implique de vivre dans un monde de flux »[707], c'est de savoir positionner des points d'ancrage auxquels s'arrimer, sur lesquels vont pouvoir se sédimenter des expériences, une mêmeté autant qu'une ipséité. En se basant sur les travaux de KAUFMANN, Alexandre COUTANT estime pour sa part que « le flux n'encourage … en rien la stabilisation [du processus identitaire] mais bien au contraire le travail sans cesse renouvelé de notre face »[708], à partir de ces indicateurs et des normes sociales auxquels ils se réfèrent.

Ainsi l'impermanence aurait du bon, la « liquidité » aurait des vertus heuristiques, celles de faire naitre l'individu. Un processus que le philosophe Gilbert SIMONDON nomme individuation[709]. Techniquement, étymologiquement, l'individuation est à comprendre comme la maïeutique (l'accouchement) de l'individu au sein de son espèce (SOCRATE, LEIBNIZ). Dans la psychologie analytique de JUNG, l'individu prend conscience de sa singularité : l'individuation est donc à comprendre comme un processus de réalisation de Soi (dans la singularité de JUNG, atteindre le Saint Graal en traversant des labyrinthes oniriques/symboliques). Il y aurait dans l'individu un potentiel, une « préindividualité » qui permettrait de se performer. Or cette individuation n'est possible que dans un état que SIMONDON appelle « métastabilité ». Tout d'abord, il s'oppose à l'hylémorphisme traditionnel de la philosophie occidentale, où une forme préexistante façonne une matière (où l'âme insuffle le corps, produisant depuis la classification d'ARISTOTE ou le rationalisme de DESCARTES un dualisme corps-esprit), en négligeant le mouvement inverse où la

---

705 BAUMAN Z., *La vie liquide*, Arles : Rouergue, 2006 : 172
706 EHRENBERG, 2000, op. cit.
707 BOYD d., "*Streams of Content, Limited Attention: The Flow of Information through Social Media*", *Web2.0 Expo*, New York, NY, 17/11/2009
708 COUTANT A., « Des techniques de soi ambivalentes », *Hermès*, n°59, 2011. Citation p.57
709 SIMONDON G., *L'individu et sa genèse physico-biologique*, Paris : Millon, 1995

matière pourrait également façonner la forme. Le philosophe illustre ainsi l'aporie de la psychologie, qui place l'individu au cœur de son champ sans prendre en considération les déterminations sociales, et à l'inverse la sociologie qui délaisse les déterminations psychologiques et place le groupe au cœur de son analyse. Pour SIMONDON, l'individuation se déroule à trois niveaux, résumés dans le « Je-Nous » :

- une individuation psychique (Je) ;
- une individuation collective (Nous) ;
- une individuation dans un « milieu associé » (technique) sans lequel il ne peut y avoir d'individuations psychiques ou collectives.

L'hylémorphisme (qui se retrouve dans les postures déterministes, et que nous pourrions rapprocher de l'immanentisme dont parlait Roger ODIN), en se focalisant sur une seule individuation, envisage le milieu (ou contexte) comme un environnement stable. Or l'individuation ne serait possible – selon G. SIMONDON – que dans un équilibre métastable. On parle d'équilibre stable quand aucune force ne peut venir modifier un élément (exemple du rocher au fond d'une cuvette), alors que la métastabilité prévoit qu'une force puisse venir modifier un élément (rocher en haut d'une colline). La métastabilité désigne ainsi le potentiel de changement propre à un système[710], et grâce à laquelle il y a possibilité d'individuation (psychique, collective ou technique). Pour SIMONDON, il y aurait au départ un potentiel préindividuel (des schèmes physiques ou cognitifs ontogénétiques) puis adviendrait une « transduction », une singularité qui se répandrait « de proche en proche » dans un système (y compris psychique) jusqu'à produire un individu individué. L'individuation s'oppose donc catégoriquement à l'individualisme : celui-ci, de par son suffixe en -isme, est un dogme, donc produisant un équilibre stable, basé sur un régime d'équivalence interindividuelle où chacun a la même valeur (comme dans la commensuration ou la philosophie de l'argent de SIMMEL) : les particularités individuelles seraient alors reproductibles. À l'inverse, l'individuation en milieu métastable produirait des singularités, donc non reproductibles, non échangeables (SIMMEL à nouveau).

Le cadre épistémique de l'institution nominale (assurance contre l'anomalie) et le cadre de l'individuation (injonction à l'émancipation) partagent une socio-histoire commune, puisant dans l'Antiquité et dans les mêmes mutations modernes, dans les mêmes références et les mêmes paradigmes. Cependant, tandis que les dispositifs qui instancient le premier cadre de l'institution

[710] Il s'agit d'un terme issu de la thermodynamique des fluides, c'est pourquoi nous le rapprochons de la liquidité de Z. BAUMAN

s'attachent au noyau de mêmeté comme clé de leur sas, ceux de l'individuation tendent à capturer et surveiller les flux de l'ipséité, le risque étant que par leur mécanisme d'inscription et catégorisation, les dispositifs dissolvent la métastabilité permettant au potentiel préindividuel de s'affirmer. C'est là selon nous un enjeu ontologique majeur des dispositifs identitaires contemporains, notamment ceux qui reposent sur la fonction endogène, tels les réseaux socionumériques. C'est pourquoi doivent être confrontés l'individuation et les dispositifs identitaires. Il nous semble ici que les SIC peuvent permettre une telle étude portant sur des cadres, des processus, des contenus et des dispositifs sociotechniques entremêlant information et communication.

2. L'identité comme objet d'étude en SIC

Le cadre socio-historique étant posé, il nous faut donc resituer ces enjeux en termes informationnels-communicationnels. Nous avons signalé en introduction l'appréhension de notre objet considéré par certains comme une « notion-écran ». Cela sous-entend que, dans le champ d'études des SIC, et notamment parmi les courants fondateurs, l'identité ait été un objet d'étude tellement abordé que son abord parait aujourd'hui inutile, ou inopportun. Nous souhaitons à présent montrer quelle confusion ont produit et reproduit ces travaux, avant de voir comment nous entendons traiter, avec d'autres, l'objet identité en sciences de l'information et de la communication.

2.1, L'identité comme pratique

A, L'instrumentalisation de l'identité dans les enjeux de revendication

Déterminer son identité au détriment des normes traditionnelles semble être le crédo de cette modernité, qui a vu naitre de fortes revendications identitaires, aussi bien individuelles que collectives (se souvenir ici des débats sur l'identité nationale, hiver 2009-2010). Alors que la première modernité ne reconnaissait que l'identité des mâles, la seconde voit éclore celle de tous les autres, ceux qui étaient relégués dans l'*oïkos* ou le ghetto, en-dehors de l'espace public.

Les analyses qui ont été faites de ces revendications se situent soit dans la perspective d'une structuration exogène[711], soit d'une détermination endogène (visant à se réapproprier l'acte de l'institution nominale). L'étude de deux populations notamment va faire ressortir le poids des institutions et de la culture dans la détermination de leur identité : les jeunes[712] et les femmes[713]. S'interroger sur (et affirmer) une identité générationnelle (déjà abordée chez K. MANNHEIM[714]) ou une identité sexuelle va autoriser le glissement des investigations dans d'autres champs sociaux, mais en inversant la perspective : il s'agira dès lors de chercher en soi et de revendiquer pour soi des attributs constitutifs d'une communauté.

Ainsi l'identité professionnelle de différents corps de métier a été étudiée (la liste qui suit est largement incomplète, et tendre à son exhaustivité semble d'ailleurs improbable ; les ouvrages cités ne le sont qu'à titre d'exemples) :

- en général, tous corps confondus[715], travailleurs sociaux[716], élèves alternants[717], enseignants et formateurs[718] ;
- sur les représentations mentales portées sur certains enseignants : l'ambiguïté d'une posture (entre sport et pédagogie) et de sa reconnaissance par l'institution scolaire, avec pour solution énoncée la mise en avant d'un lien particulier entre l'apprenant et l'enseignant en sport[719] ;

711 Nous pouvons entre autres citer dans le cadre des analyses structuralistes de l'identité et de ses revendications LÉVI-STRAUSS C. (séminaire interdisciplinaire dirigé par), *L'identité, 1974-1975*, Paris : Grasset, 1977 ; RUANO-BORBALAN J.-C. (coordonné par), *L'identité, l'individu, le groupe, la société*, Auxerre : Sciences Humaines, 1998 ; TAP P.(sous la direction de), *Identité individuelle et personnalisation*. Toulouse : Privat, 1980, 412 p.

712 ERIKSON E., *Identity: youth and crisis*. New York : Norton, 1968 ; *Adolescence et crise, la quête de l'identité*, Paris : Flammarion, (1968), 1972

713 E. BADINTER, *L'Un est l'autre*, *op.cit.* ; *XY, De l'identité masculine*, Paris : Livre de Poche, 1994

714 MANNHEIM K., *Le problème des générations*, Paris : Nathan, (1928), 1990

715 SAINSAULIEU R., *Les relations de travail à l'usine*, Paris : Éditions d'organisation, 1973 ; SAINSAULIEU R., *L'identité au travail, Les effets culturels de l'organisation*, Paris : Presses de a fondation nationale des sciences politiques, 1977 ; BLIN J.-F., *Représentations, pratiques et identités professionnelles*, Paris : L'Harmattan, 1997 ; DUBAR C., La crise des identités : l'interprétation d'une mutation, Paris : PUF, 2001 ; DUBAR C., *La socialisation : construction des identités sociales et professionnelles*, Paris : Armand Colin, 2002

716 CAMBON L., *L'identité professionnelle des éducateurs spécialisés : une approche par les langages*, Rennes : Presses de l'EHESP, 2009

717 COHEN-SCALI V., *Alternance et identité professionnelle*, Paris : PUF, 2000

718 ALIN C., GOHIER C., Ens*eignant formateur : la construction de l'identité professionnelle, recherche et formation*, Paris : L'Harmattan, 2003 ; LEGAULT G.-A., *Crise d'identité professionnelle et professionnalisme*, Paris : L'harmattan, 2003 ; RIOPEL M.-C., *Apprendre à enseigner : une identité professionnelle à développer*, Paris : 2305 rue de l'Université, 2006

719 ROUX-PEREZ T., L'id*entité professionnelle des enseignants d'EPS : entre valeurs partagées et interprétations*, Paris : Revue EPS, 2004

- sur les profils hétérogènes des documentalistes universitaires[720]. Nous pouvons citer également les personnels de santé[721], les personnels du tertiaire : les agents des ressources humaines en milieu bancaire face aux pressions[722], les journalistes[723].

L'effet de cette énumération est de montrer l'appropriation – ici par exemple socioprofessionnelle – du concept « identité » dans les discours de défense et promotion de communautés diverses. L'étude des représentations d'un corps professionnel serait un modèle pertinent pour expliquer les mutations, et les pressions inhérentes qu'en subissent ses membres. Ce serait aussi le moyen de fédérer des individus revendiquant des traits identitaires communs en opposition aux critères déterminants imposés par les structures institutionnelles. De même, ces travaux permettraient du coup de justifier des aménagements dans les politiques professionnelles ou culturelles. Cependant, un autre glissement s'opère, en réinvestissant le statut d'observateur critique à celui qui participe de cette construction identitaire. Ce deuxième cas de figure voit la revendication côtoyer l'analyse. Or cette mise en abyme de l'identité a été une pratique scientifique largement adoptée ces dernières années. C'est en tout cas le constat que fait Rogers BRUBAKER, sociologue américain (Université de Californie) porteur des théories de Pierre BOURDIEU outre-Atlantique, et spécialisé dans l'épistémologie des questions d'ethnicité ou de nationalisme. L'article sur lequel nous nous baserons par la suite, "*Beyond Identity*" a été traduit et publié dans la revue de P. BOURDIEU *Les Actes de la recherche en Science sociales*[724]. Le constat qu'il dresse de « l'identité » est sans appel, ou à tout le moins appelle à revenir sur ce mot, pour lui en préférer un autre.

Tout d'abord, il revient sur le terme « identité », encadré sur un bord par un « essentialisme dur » (ontologique) et sur l'autre bord par un « constructivisme doux » (sociologique), et ravagé en son centre par des décennies d'abus, à tel point que, « à la fin des années 60, la situation terminologique était déjà complètement brouillée »[725]. De nombreux chercheurs sont convoqués

720 CANDALOT DIT CASAURANG C., « L'identité professionnelle des formateurs à la recherche documentaire en premier cycle universitaire », *Documentaliste*, vol.42, n°3, juin 2005

721 BOURGEON D., *Identités professionnelles, alternance et universitarisation*, Paris : Éditions Lamarre, 2009 ; MAGNON, R., Les *infirmières : identité, spécificité et soins infirmiers*, Paris : Masson, 20011

722 FRAY A.-M., PICOULEAU S., « Le diagnostic de l'identité professionnelle : une dimension essentielle pour la qualité au travail », *Management & Avenir*, vol.8, n°38, 2010 : 72-88. ; HONORÉ L., « Transformation de la relation de travail, rupture de l'identité professionnelle et dynamique disciplinaire », *Revue de gestion des ressources humaines*, n°43, mars 2002 : 102-113

723 RUELHAN D., *Nous, journalistes. Déontologie et identité*, Grenoble : PUG, 2011. Voir également la recherche doctorale de Pierre Munsch sur les journalistes scientifiques (laboratoire GRESEC).

724 BRUBAKER R., « Au-delà de l'identité », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 139, (2000), 2001, p.66-85

725 GLEASON P., "*Identifying Identity: A Semantic History*", *Journal of American History*, vol.69, n°4, 1983 : 910-931

par le sociologue : MACKENZIE parle de l'identité comme d'un mot « atteint de folie à force d'avoir été utilisé » [726] et COLES range l'identité et la crise d'identité dans la catégorie des « purs clichés ». Même Erik ERIKSON, qui pourtant a largement contribué au concept, en déplore des « usages indifférenciés ». Dans leur dictionnaire encyclopédique des SIC, LAMIZET & SILEM notent que « rares, en effet, sont les concepts ayant fait l'objet d'autant d'analyses terminologiques »[727].

Face à ces usages indifférenciés, le projet de Rogers BRUBAKER marque le souci d'« aller au-delà de l'identité » dans le domaine sociologique. Ayant constaté à quel point le concept avait été galvaudé, et ce qu'en avait fait les sciences sociales, il propose d'abandonner le terme pour lui en préférer un autre.

> « Ranger sous le concept d'*identité* tout type d'affinité et d'affiliation, toute forme d'appartenance, tout sentiment de communauté, de lien ou de cohésion, toute forme d'autocompréhension et d'auto-identification, c'est s'engluer dans une terminologie émoussée, plate et indifférenciée. », (BRUBAKER, 2000 : 66)

Une terminologie pourtant omniprésente : « Lorsque, dans les années 1980, on éleva la race, la classe et la division des sexes au rang de 'sainte Trinité' de la critique littéraire et des *cultural studies*, les sciences humaines descendirent en force dans l'arène », avant de « capituler devant le mot "identité" » (2000 : 68).

Dénonciation d'une littérature qui à partir de la psychanalyse jusqu'à l'interactionnisme symbolique et le socioconstructivisme, a subrepticement perverti l'objet au profit d'une glorification de l'individualisme, mais dénonciation aussi – toujours par BRUBAKER – d'une éthique et du langage idiomatique états-unien dans lesquels l'individualisme est particulièrement ancré. Par défaut, c'est la notion d'identité qui va être mise en avant. Et BRUBAKER de lister :

> « Au-delà même de la présence envahissante de la question de « l'identité » dans les *gender studies*, les travaux sur la sexualité, la race, la religion, l'appartenance ethnique, le nationalisme, l'immigration, les nouveaux mouvements sociaux, la culture et la « politique identitaire », même ceux dont, à l'origine, le travail n'avait rien à voir avec ces objets, se sont sentis tenus de traiter la question de l'identité. On peut dresser une

[726] MACKENZIE W. J. M., *Political Identity*, New-York : St. Martin's, 1978 : 19-27
[727] LAMIZET B., SILEM A., *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*, Paris : Ellipses, 1997, 590 pages

> liste non exhaustive des figures majeures de la théorie sociale ou des sciences sociales dont les principaux travaux se situent en dehors des territoires traditionnels de la théorie de l'identité, mais qui n'en ont pas moins écrit explicitement sur l'*identité* ces dernières années : Zygmunt Bauman, Pierre Bourdieu, Fernand Braudel, Craig Calhoun, S. N. Eisenstadt, Anthony Giddens, Bernhard Giesen, Jürgen Habermas, David Laitin, Claude Lévi-Strauss, Paul Ricoeur, Amartya Sen, Margaret Somers, Charles Taylor, Charles Tilly et Harrison White », (BRUBAKER, 2000 : 68)

Ainsi, dans ces travaux (surtout les premiers, les *gender studies*) l'identité est convoquée de deux manières :

- ce que R. BRUBAKER appelle « acception faible » de l'identité pour souligner la nature instable, fluide, liquide, « évanescente », « un terme si indéfiniment élastique qu'il en devient inapte à accomplir un travail analytique sérieux » mais qui permet toutes les constructions sociales (2000 : 74) ;
- ce qu'il appelle « acception forte », au service de l'action sociale, autrement dit de la défense des intérêts d'une communauté, communauté définie (et qui se définit) de manière essentialiste soit par un marqueur identitaire (le noyau de mêmeté : race, sexe, etc.) ou par une place occupée dans une structure sociale (marché, emploi, cité) ; soit de manière objective (« une similitude « en soi ») ou subjective (« une similitude éprouvée »).

Cette « acception forte » n'est pas dénuée de reproches : il dénonce ainsi chez ses contributeurs la confusion opérée sur l'identité comme catégorie de pratique et prise comme catégorie d'analyse. Une catégorie de pratique peut certes donner lieu à analyse, de même une analyse des discours identitaires peut être faite sans que l'on reconnaissance la pertinence de la notion d'identité, estime BRUBAKER. Cependant cet emprunt réifie *de facto* l'identité, et la confère irrémédiablement à ceux que l'on analyse. Si travailler sur la 'race' octroie à ceux que l'on analyse une racialité, travailler sur l'identité leur octroierait un caractère homogénétique. Ici, c'est le chercheur qui produirait l'homophilie.

Surtout, s'arroger le droit de mener une analyse parce qu'on appartient à une catégorie ou à l'inverse dénoncer ceux qui mènent une analyse sur une identité qu'ils ne pratiquent pas semble être des directions vers lesquelles, aux yeux de l'auteur, beaucoup de chercheurs ont dérivé. L'un des signes de cette dérive se trouve dans les productions de ces « identitariens académistes » qui rédigent un « amalgame instable de langage constructiviste [faible] et d'argumentation essentialiste [forte] » (2000 : 70).

B, L'identification comme processus et dispositif

Enfin, BRUBAKER propose de travailler non pas tant sur l'identité (galvaudée, usée, inepte) que sur le processus qui lui est attaché, l'identification.

> « En tant que terme impliquant un processus et une activité, le mot "identification" paraît dépourvu des connotations réifiantes du terme "identité". Il nous invite à spécifier quels sont les agents qui procèdent à l'identification. Et il ne présuppose pas qu'une telle identification (même si elle est effectuée par des agents revêtus d'un certain pouvoir, tels que l'État) aura pour conséquence nécessaire la similitude interne, la distinction, la « groupalité » soudée que les leaders politiques cherchent à créer. L'identification – de soi-même et des autres – est intrinsèque à la vie sociale ; l'"identité", dans son acception forte, ne l'est pas », (2000 : 75)

L'auteur s'attache donc à distinguer les différents types d'identification, avant de voir quels sont les agents qui en sont responsables. Il repère dans un premier temps l'identification relationnelle (par le repérage des arêtes d'un graphe social : famille, amis, etc.) ou catégorielle (par le partage d'un prédicat commun, noyau de mêmeté ou attribut catégoriel : race, sexe, etc.). Citant Craig CALHOUN[728], il constate que si l'identification relationnelle n'a pas disparu, la catégorielle semble prendre de plus en plus de place. Notre hypothèse est que les dispositifs identitaires reposent conjointement sur les deux types d'identification, mais que le modèle conceptuel et les langages formels tendent effectivement à transformer le relationnel en attribut catégoriel (chapitre deux). Dans un deuxième temps, R. BRUBAKER distingue une identification institutionnelle : « il s'agit des systèmes de catégorisation formalisés, codifiés et objectivisés, développés par les institutions détentrices de l'autorité et du pouvoir » (2000 : 75) ; à quoi il ajoute l'(auto-)identification interindividuelle : « les gens identifient et catégorisent d'autres gens, de la même manière qu'ils s'identifient et se catégorisent eux-mêmes ». Nous retrouvons alors notre partition entre DI avec fonction exogène et DI endogène : les deux dispositifs ayant en commun, par le processus d'identification (dont certaines étapes divergent), d'instituer une identité soit par l'entremise d'un tiers, soit par soi-même. Ce processus d'identification, au sens d'institution de l'identité, s'il est proféré ici par un sociologue, peut également être entendu dans le cadre de la psychanalyse freudienne, revisitée par Bruno OLLIVIER.

[728] CALHOUN C., ***Nationalism***, Minneapolis : University of Minnesota Press, 1997 : 36

Dans son ouvrage de 2000, ***Observer la communication***[729], le chercheur en SIC égraine quelques éléments constitutifs de son analyse informationnelle-communicationnelle de l'identité : un travail qu'il reprendre plus tard en 2007 dans ***Identité et identification***[730]. Le sous-titre du livre « sens, mots et techniques » indique le souci étymologie et historique de l'auteur, il annonce d'ailleurs adopter une « posture archéologique » à ce propos. Archéologique, et freudienne : sur les 181 pages du livre, le plus important des huit chapitres est consacré à une lecture psychanalytique des processus d'identification au niveau individuel et au niveau collectif. Effectivement, Sigmund FREUD dispose d'un appareil notionnel adéquat pour étudier ce double mouvement : le chapitre 7 de ***Psychologie collective et analyse du Moi***[731] est intitulé Identification. Ce qu'il appelle identification se rattache d'abord à sa métapsychologie : l'identification est le fait de s'attacher à un tiers, pour l'enfant c'est la mère, pour le lecteur c'est le héros. « L'identification représente la forme la plus primitive de l'attachement affectif », remarque-t-il[732]. Trois précisions concernant cette identification :

- elle est limitée, se concentrant sur un seul trait de l'objet (FREUD, 1921 : 127) ;
- elle fonctionne à un niveau collectif : « L'attachement réciproque qui existe entre les individus composant une foule doit résulter d'une identification pareille, fondée sur une communauté affective ; et nous pouvons supposer que cette communauté affective est constituée par la nature du lien qui rattache chaque individu au chef » ;
- elle est plurielle : « Chaque individu fait partie de plusieurs foules, présente les identifications les plus variées, est orienté par ses attaches dans des directions multiples et a construit son idéal du Moi d'après les modèles les plus divers. Chaque individu participe ainsi de plusieurs âmes collectives, de celles de sa race, de sa classe, de sa communauté confessionnelle, de son état, etc., et peut, de plus, s'élever à un certain degré d'indépendance et d'originalité. »

Il nous semble alors trouver un écho dans ce que Georg SIMMEL proposait quelques années plus tôt : une interconnexion de cercles sociaux garantissant une meilleure socialisation.

> « L'appartenance à un seul groupe laisse encore une marge de manœuvre considérable à la détermination de l'individu, mais plus il y a de groupes, moins il est probable que

729 OLLIVIER B., ***Observer la communication. Naissance d'une interdiscipline***, Paris : CNRS Éditions, 2000
730 OLLIVIER B., ***Identité et identification. Sens, mots et techniques***, Paris : Hermès Science Publications, 2007
731 FREUD S., « Psychologie collective et analyse du moi », in FREUD S., ***Essais de psychanalyse***, Paris : Payot, coll. « Petite bibliothèque Payot », (1921), 1968 : 83-176
732 FREUD S., « Psychologie collective et analyse du moi », publié dans l'ouvrage ***Essais de psychanalyse***, Paris : Payot, coll. Petite bibliothèque Payot, (1921), 1968, p.83-176. Citation p.128

> d'autres personnes combinent les groupes de la même façon et que ces cercles multiples se recoupent encore une fois dans un seul point »[733]

Sans surprise, nous en trouvons aussi un écho chez ELIAS : en effet, si l'identification est affective et s'il s'agit d'un processus social, alors la société se construit sur des bases affectives. La préservation de moyens d'identification serait donc la garantie d'une paix sociale, et le chemin à emprunter dans le processus civilisationnel. Voilà ce que le psychanalyste écrit :

> « La civilisation doit tout mettre en œuvre pour limiter l'agressivité humaine et pour en réduire les manifestations à l'aide de réactions psychiques d'ordre éthique. De là, cette mobilisation des méthodes incitant les hommes à des identifications et à des relations d'amour inhibées quant au but ; de là cette restriction de la vie sexuelle ; de là aussi cet idéal imposé d'aimer son prochain comme soi-même, idéal dont la justification véritable est précisément que rien n'est plus contraire à la nature humaine primitive. Il n'y a pas à ce conflit de solution globale et définitive »[734]

Le procès de civilisation reposerait donc sur l'inhibition de la singularité alors même que l'exhibition de l'intime, l'extime, est nécessaire au processus identitaire. Il serait alors possible de revoir le paradoxe de la vie privée d'abord comme un paradoxe de l'identité, à la fois dans son institution (espace de production de données personnelles sous contraintes, glissant vers la normation, voire l'institutionnalisation) et dans sa médiatisation (espace de réception des données personnelles sous contraintes, glissant vers la socialisation, voire le contrôle social). Cette dualité invite à considérer l'identité avec une focale informationnelle-communicationnelle.

2.2, Un objet informationnel-communicationnel

A, Identité et identification : des données aux processus

Première question : dans quelle mesure l'identité comme catégorie d'analyse relève-t-elle des sciences de l'information et de la communication ? Deuxième question, en réponse

733 SIMMEL G., « Sur la différenciation sociale ». ***Recherches sociologiques et psychologiques***, Berlin : Duncker & Humblot, 1890. Citation page 103 reprise dans VANDENBERGHE, 2009 : 80

734 FREUD S., ***Malaise dans la civilisation***, Paris : PUF, coll. « Bibliothèque de psychanalyse », (1934), 1971, 108 pages

immédiate : pourquoi l'objet « identité » n'appartiendrait-il pas au champ des SIC ?[735] Cela peut même paraitre évident, comme le note également B. OLLIVIER : « Il n'existe en effet pas d'identité qui ne se communique pas, et il n'y a pas d'identité qui ne se transmette pas ou que l'on ne cherche pas à transmettre. » (2007 : 15). Dès lors, les SIC sembleraient les seules habiliter à étudier l'identité. Nous avons vu cependant que psychologues, sociologues et philosophes s'étaient penchés sur cet objet. Comme le remarque également B. OLLIVIER, « L'identité, ses modes de constitution, de diffusion, ses effets, imposent une approche radicalement interdisciplinaire » (2007 : 13). L'interdisciplinarité étant le crédo des SIC, il nous semble à nouveau légitime d'observer l'identité à travers le spectre des sciences de l'information et de la communication. Mais cette justification disciplinaire, autoréifiante, ne peut suffire. Il nous faut aller plus loin que l'allant-de-soi pour construire l'identité et l'identification comme objets informationnels et communicationnels.

Nous pourrions paraphraser la définition des sciences de l'information et de la communication qu'en donnait l'un de ses fondateurs, Jean MEYRIAT. Soucieux d'articuler l'association entre les deux domaines, il estimait que « la communication est un processus et l'information est le contenu mental de ce processus »[736]. Nous pourrions considérer alors que « l'identification est un processus et l'identité est le contenu mental de ce processus ».

- L'identité comme information : le principe d'identité pose une équivalence entre deux propositions. Mais cette équivalence met à distance, projetant une proposition de l'autre côté du signe égal. Cette distanciation fonctionne par sémiotisation, mentale et matérielle. L'identité est donc un ensemble de signes (les données personnelles) identique à une entité. Il y a processus d'informationnalisation du soi traduit en données personnelles, et partant de là conduisant à la possibilité de son traitement informatique, marchand et médiatique.
- L'identification comme processus communicationnel : l'approche sémio-pragmatique conçoit la communication comme une maïeutique du sens à la fois dans l'espace de production et dans l'espace de réception. L'identification peut se comprendre de différentes manières :
  - l'identification relève du pouvoir adamique de nommer les choses anonymes ;

[735] Troisième question, à laquelle nous répondrons dans le chapitre 5 : comment méthodologiquement intégrer comme catégorie d'analyse l'identité du chercheur, prise comme catégorie de pratique ?
[736] MEYRIAT J., « La science de l'information », *Revue des sciences morales et politiques*, n°2, 1986

- l'identification relève d'un processus cognitif de reconnaissance et attachement à des phénomènes ou des entités déjà perçus et représentés.

Ainsi fusionneraient les deux acceptions de l'identité, information administrative et entité psychologique dans un processus de relation sociale : la première portée par le cadre de l'institution nominale et la seconde par celui de l'injonction à être soi.

Ces deux processus d'identification peuvent être engagés à la fois au niveau individuel (je prénomme mon enfant) et au niveau institutionnel (l'État lui assigne un numéro d'inscription au registre, NIR), et soit par la médiation du langage (le prénom est un mot) ou par la médiatisation des dispositifs (le NIR est produit par une matrice en XML et stocké dans les serveurs de l'INSEE).

En repartant du principe d'identité A = A, celui-ci peut se diviser en trois parties : le premier A, le signe égal, le deuxième A. Nous sommes dans un graphe à 2 degrés, orienté et complet[737]. L'entité A est présente dans la première proposition (A est égal à lui-même, c'est un *idion*[738]) et est re-présentée sous la forme de A. D'ontologique, le principe d'identité devient sémiologique : l'entité A, l'être-là devient le signe A (glissement opéré par le signal égal à partir de la première proposition et en direction de la seconde, voir la première flèche du graphe orienté, que nous appelons « identification en première instance »). A étant signifié, et signalé (et accepté par la fonction de sas), il entre dans le champ de la deuxième proposition (celle du *koinon*, du commun) et devient un individu social (A n'est pas divisible). Pour exister, être dehors, ou être-avec, dans la communauté, il faut être un signe (glissement opéré par le signe égal à partir de la deuxième proposition et en direction de la première, voir la deuxième flèche qui complète le graphe orienté que nous appelons « identification en deuxième instance » ; Fig. n° 5).

737 Voir chapitre 2, section 1.1A, éléments du graphe, en page 88

738 Nous avons interrogé par email Jacqueline PICOCHE sur la proximité sémantique, et l'hypothèse d'une proximité étymologique, entre les étymons *idios* et *idem*. Voici sa réponse : « Mes sources sont le dictionnaire étymologique du grec de Pierre Chantraine et celui du latin d'Ernout et Meillet. Aucun des deux formule même l'hypothèse d'une quelconque parenté entre idion et idem. Ernout-Meillet écrit : "L'étymologie de idem a été beaucoup discutée et on n'est arrivé à rien de certain". J'ai demandé son avis à mon collaborateur Jean-Claude Rolland qui a consulté Calvert Watkins, pour qui idem relève de la racine *i- et les mots en idio- de la racine *s(w)e-. Je pense donc que les deux *id- sont simplement des homonymes. » « Heureuse coïncidence, lui avons-nous répondu, d'une telle homonymie entre idios et idem : le premier signifiant qui est propre à quelqu'un et le second qui est pareil à quelque chose. On peut dire sans faire de répétition que l'identité est idoine. » Échange réalisé les 17/18 avril 2012.

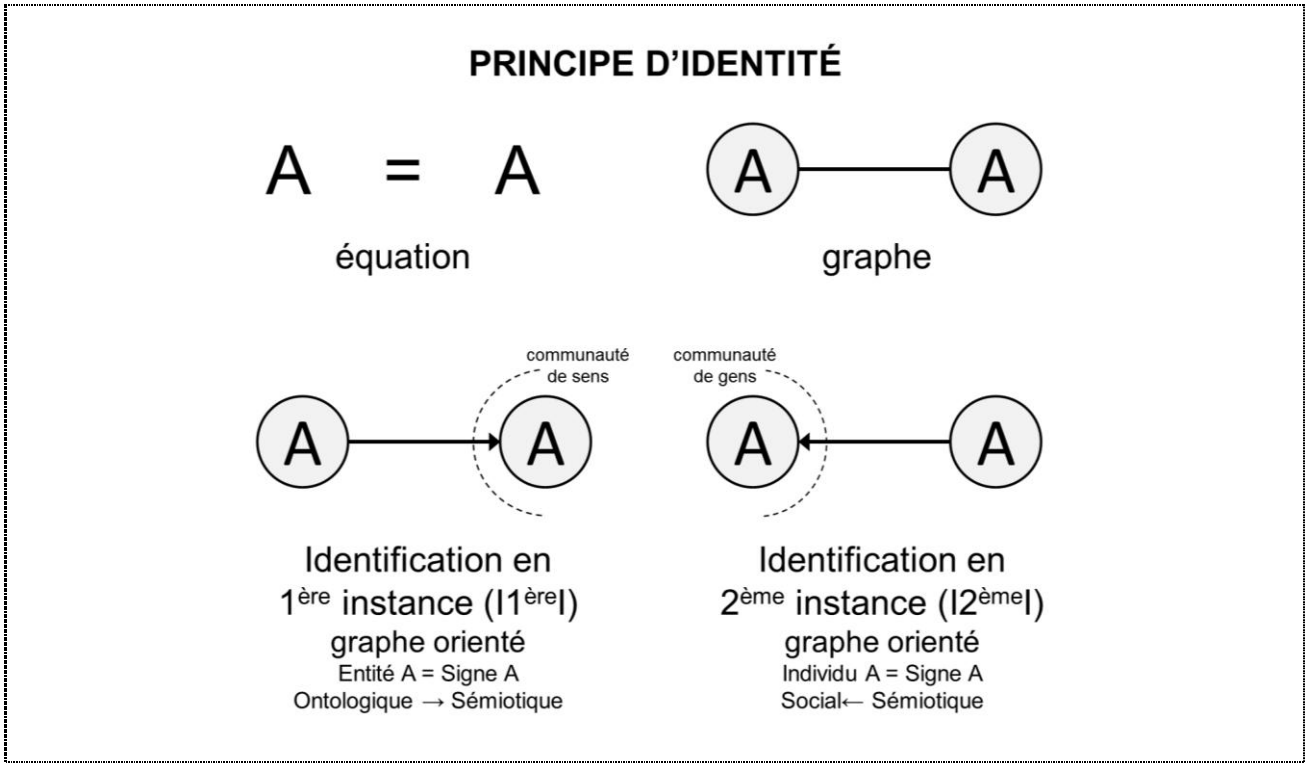


Fig. n° 5 : Le principe d'identité

Nous proposons de reprendre ces différents niveaux dans le tableau suivant.

	Individu		**Autre/Collectif**
Espace de production	identification en 1ère instance : « Je » produit/extériorise des signes à destination d'un groupe de référence. Publicisation des singularités	→	« Tu/Nous/On » interprète ces signes à travers la fonction de sas
Espace de réception	« Je » interprète/intériorise les signes du groupe social auquel j'appartiens	←	« Tu/Nous/On » produit des signes (le sens commun)

Tableau n° 9 : Les modes d'identification et de socialisation par espace de communication

En première instance, la socialisation intervient dans l'espace de réception de l'individu quand il interprète les signes produit par le collectif dans lequel il est inscrit (par la naissance par exemple) : l'individu se mesure au sens commun, de même que le sens commun commensure l'individu. Mais du fait de la désaffiliation et de la liberté de choix de la seconde modernité, l'individu peut vouloir s'inscrire dans un collectif autre : nous appelons alors « socialisation en seconde instance » la production de signes identitaires destinés à manifester le souhait individuel d'appartenir à un autre

groupe de référence[739]. Cette socialisation n'est pas facultative : SIMMEL ou FREUD ont montré que la socialisation résidait dans l'inscription individuelle et dans la compétence à gérer cette inscription dans plusieurs groupes sociaux. Cette volonté d'affirmer un projet identitaire en tension avec des normes sociales requiert à la fois de l'expérimenter et le valider auprès des pairs avant de le communiquer publiquement. Nous nommerons plus loin espace anecdotique le cadre participatif de ces expériences et validations (chapitre 7). Nous nommerons chapitre 8 cadre privatif le cloisonnement des pairs et des tiers pouvant être requis par l'espace anecdotique.

Par son rapport à l'autre, l'identité est donc à la fois le manifeste d'une existence et une construction plurielle : un support par le monde et face à lui, et un récit d'individuation pouvant être mobilisé dans les transactions administratives ou commerciales comme dans les interactions sociales.

Ainsi, non seulement les processus attachés à l'identité sont des processus informationnels-communicationnels, non seulement les dispositifs qui soutiennent ces processus sont des dispositifs sociotechniques ou techno-sémio-pragmatiques (PERAYA, 2007) qui sont objets d'étude pour les SIC, mais de plus, les enjeux qu'ils dynamisent relèvent d'analyses déjà menées dans le cadre de l'économie politique critique de la communication (I^{ère} partie) et de la dimension communicationnelle de l'espace public (III^{ème} partie).

B, L'identité comme axe de recherche : revue de littérature, politique de laboratoires, projets institutionnels et enjeux scientifiques

La saillance de ces enjeux, en regard des pratiques manifestées du côté des institutions comme des usagers, a mené récemment la communauté scientifique (en SIC) à mobiliser ses ressources sur l'étude et la réflexion de l'identité en contexte numérique, du traitement industriel des données personnelles et de la vie privée médiatisée. Dans une recension qui contrebalance avec celle de l'identité comme catégorie de pratique (section 2.1A), nous proposons une liste de travaux académiques traitant explicitement de ces objets :

- Trois articles dans la revue des *Enjeux de l'information et de la communication* :

[739] Il s'agit là d'un premier temps du développement : nous poursuivrons *idion* et *koinon* dans la dialectique du commun et du public, chapitre 7, sections 1 et 2.

  - Louise MERZEAU « Présence numérique : les médiations de l'identité », Les Enjeux de l'information et de la communication 1/2009 (Volume 2009), p.79-91
  - François PÉRÉA « L'identité numérique : de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique », Les Enjeux de l'information et de la communication 1/2010 (Volume 2010), p.144-159
  - Alexandre COUTANT et Thomas STENGER « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », Les Enjeux de l'information et de la communication 1/2010 (Volume 2010), p.45-64

- Deux numéros de la revue *Hermès* :
  - n°53, 2009, « Traçabilité et réseaux », un numéro coordonnée par Louise MERZEAU et Michel ARNAUD[740]
  - n°59, 2011, « Ces réseaux numériques dits sociaux », un numéro coordonné par Thomas STENGER et Alexandre COUTANT[741]

- Un numéro de la revue ***Réseaux*** : « Données personnelles et vie privée », ***Réseaux*** 2011/3 (n° 167). 240 pages. Un numéro coordonné par A. RALLET et F. ROCHELANDET, avec notamment les articles suivants :
  - Alain RALLET et Fabrice ROCHELANDET « La régulation des données personnelles face au web relationnel : une voie sans issue ? », ***Réseaux*** 3/2011 (n° 167), p.17-47
  - Fabien GRANJON « De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique », ***Réseaux*** 3/2011 (n° 167), p.75-103
  - Alessandro ACQUISTI et Fabrice ROCHELANDET « Les comportements de vie privée face au commerce électronique », ***Réseaux*** 3/2011 (n° 167), p.105-130
  - Caroline LANCELOT MILTGEN « Vie privée et marketing », ***Réseaux*** 3/2011 (n° 167), p.131-166

- Un numéro des ***Cahiers du numérique***, coordonné par J.-P. PINTE : « Identité numérique », 2011/1 (Vol. 7). 140 pages, avec les articles suivants :
  - Julien PIERRE « Génétique de l'identité numérique » , p.15-29
  - Fanny GEORGES « L'identité numérique sous emprise culturelle » , p.31-48
  - André MONDOUX « Identité numérique et surveillance », p.49-59
  - Alexandre COUTANT et Thomas STENGER « Production et gestion d'attributs identitaires », p.61-74
  - Gaëlle DEHARO « L'identité numérique dans les procédures judiciaires » , p.87-102
  - Samy BEN AMOR et Lucia GRANGET « L'identité numérique » , p.103-115
  - Audrey DE CEGLIE et Robin RECOURS « La construction d'une identité numérique via un jeu vidéo online politiquement incorrect » , p.117-136

---

740 Articles de Jacques PERRIAULT, Louise MERZEAU Olivier ERTZSCHEID, Oriane DESEILLIGNY et Frank BEAU, Emmanuel KESSOUS, Bénédicte REY, Caroline MILTGEN, Dominique CARDON, Pierre PIAZZA, François-BERNARD HUYGHE, Hubert BOUCHET, Alain BAUER Et Christophe SOULLEZ, Claire LEVALLOIS-BARTH, André VITALIS, Danielle BAHU-LEYSER, Jean-Marc MANACH, Renaud FABRE, Dominique WOLTON

741 Articles de Nicole ELLISON, Franck REBILLARD, Pierre-Jean BENGHOZI, Alain DEGENNE, Alexandre COUTANT, Dieudonné TCHUENTE, Mélanie DULONG DE ROSNAY, Olivier LE DEUFF, Olivier RAMPNOUX, Sonia LIVINGSTONE, Fabien GRANJON, Serge PROULX et Mary Jane KWOK CHOON, Alain KIYINDOU, Thomas STENGER, Jacques PERRIAULT

- Un dossier dans *Documentaliste-Science de l'Information* : « Présence numérique : de la gestion d'une identité à l'exercice d'une liberté », *Documentaliste-Sciences de l'Information* 2010/1 (Vol. 47). 80 pages
  - Louise MERZEAU « Habiter l'hypersphère » , p.30-31
  - Louise MERZEAU et al. « Une nouvelle dimension de l'information » , p.32-41
  - Olivier LE DEUFF et al. « Une évolution des comportements » , p.42-55
  - Lionel BARBE et al. « Un enjeu de société » , p.56-67

- Un séminaire accueilli par l'ISCC (Institut des Sciences de la Communication du CNRS), et animé par Alexandre COUTANT et Thomas STENGER, « Les identités numériques », débuté en janvier 2011 par une conférence inaugurale de Jacques Perriault, et où se sont succédé Michel ARNAUD, Louise MERZEAU, Antonio A. CASILLI, Fanny, GEORGES, Dieudonné TCHUENTE, Olivier LE DEUFF, Julien PIERRE, Camille ALLOING, Alain RALLET et Fabrice ROCHELANDET, des experts de l'OCDE, des juristes, des ingénieurs, des professionnels de la santé, du marketing

- Deux groupes de travail issus d'appel à projet de l'ISCC
  - PROTEUS, en 2009 : avec Louise MERZEAU, Serge TISSERON, Dominique CARDON, Milad DOUEIHI, Jacques PERRIAULT et Pierre PIAZZA
  - PRODOPER, en 2008 (Protection des données personnelles)[742] : une équipe pluridisciplinaire (droit, gestion, SIC) et dans laquelle on retrouve notamment Michel ARNAUD, Oriane DESSELLIGNY, Louise MERZEAU, Caroline MILTGEN-LANCELOT. Ce groupe de travail a abouti à l'organisation des États généraux de l'identité numérique, en partenariat avec l'Association Française des Correspondants aux Données Personnelles (AFCDP), un colloque accueilli par le Sénat le 27/04/2009.

- Plusieurs ouvrages collectifs :
  - CRETTIEZ Xavier (dir.), Du papier à la biométrie : identifier les individus, Paris, Presses de Sciences Po « Académique », 2006, 332 pages
  - GALINON-MÉLÉNEC Béatrice (dir), L'Homme trace, perspectives anthropologiques des traces contemporaines, CNRS Éditions, 2011, 412 pages.

- une série d'articles sur l'identité numérique
  - Dominique CARDON « Le design de la visibilité », Réseaux 6/2008 (n° 152), p.93-137
  - Fanny GEORGES « Représentation de soi et identité numérique », Réseaux 2/2009 (n° 154), p.165-193
  - Paul MATHIAS « Note introductive aux identités numériques », Cités 3/2009 (n° 39), p.59-66
  - Pascal LARDELLIER et Céline BRYON-PORTET « « Ego 2.0 » », Les Cahiers du numérique 1/2010 (Vol. 6), p.13-34
  - Fanny GEORGES « Pratiques informationnelles et identités numériques », Études de communication 2/2010 (n° 35), p.105-120
  - Julie DENOUËL « Identité », Communications 1/2011 (n° 88), p.75-82

[742] <www.prodoper.fr>

- Annick MONSEIGNE et Béatrice GALINON-MÉLÉNEC « La sémiotique des "signes-traces" appliquée au recrutement: le cas de la recherche du « bon candidat » via les traces numériques », Communication & Organisation 1/2011 (n° 39), p.111-124
- Olivier LE DEUFF « Contrôle des métadonnées et contrôle de soi », Études de communication 1/2011 (n° 36), p.23-38
- Dieudonné TCHUENTE et al. « Pour une approche interdisciplinaire des TIC : le cas des réseaux socionumériques », Document numérique 1/2011 (Vol. 14), p.31-57
- Fabien GRANJON et Julie DENOUËL « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », Sociologie 1/2010 (Vol. 1), p.25-43

- La thèse de Gustavo GOMEZ-MEIJA : « De l'industrie culturelle aux fabriques de soi ? Enjeux identitaires des productions culturelles sur le Web contemporain », thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication de l'université Paris-Sorbonne, sous la direction de Bruno Ollivier, soutenue publiquement le 13/12/2011

- La thèse en sociologie de Bénédicte REY (2007), transformée en ouvrage *La vie privée à l'ère numérique*, Paris : Lavoisier, 2012

- À cette liste, nous proposons de rajouter les axes de laboratoire et autres structurations universitaires :
  - ELICO (Universités de Lyon), axe de recherche – les Identités, langages et pratiques médiatiques ;
  - La volonté de créer une UMR sur les questions de l'identité numérique, une initiative portée par Louise MERZEAU[743].

[743] Ci-joint l'appel lancé par courrier électronique pour rassembler des chercheurs intéressés, et présentant le projet d'UMR : « Notre équipe de recherche à Paris Ouest Nanterre La Défense est actuellement engagée dans un projet d'élaboration d'une UMR avec le laboratoire DICEN du CNAM (dirigé par Ghislaine Chartron et Manuel Zacklad).
Dans cette perspective, nous avons besoin d'étoffer notre équipe, et je m'efforce de rassembler des chercheurs travaillant sur la thématique des traces ou de l'identité numérique qui souhaiteraient rejoindre un labo parisien.
Nous en sommes à la phase d'élaboration d'un projet scientifique commun, que nous soumettrons bientôt à nos instances de rattachement pour qu'elles négocient la création de l'UMR auprès du ministère.
Dans l'état actuel des choses, le croisement des travaux respectifs des 2 équipes nous a permis de dégager 3 axes de recherche, plus un axe transverse :

<table>
<tr><td rowspan="3">Axe transverse :
Traçabilité, présence numérique, mémoire et temporalité
(tous les chercheurs des 2 labos) coordination : Louise Merzeau, assistée de Haud Guegen)</td><td>Axe 1 : TIC et développement local, intelligence économique territoriale.
Michel Arnaud, Christian Bourret (coord), Karim Fraoua, Claudie Meyer, Gabriella Salzanno, Manuel Zacklad</td></tr>
<tr><td>Axe 2 : Bibliothèque et édition numérique, économie du livre, bibliométrie, archives publiques et institutionnelles.
Ghislaine Chartron (coord) Joumana Boustany, Evelyne Broudoux, Anaïg Mahe, Camille Claverie</td></tr>
<tr><td>Axe 3 : Document numérique et action collective : entreprise et création, SI 2.0, action publique et web, pratiques amateurs et web, muséologie et web. Manuel Zacklad (coord), Evelyne Broudoux, Lionel Barbe, Claire Scopsi, Haud Gueguen, Gabriella Salzanno, Louize Merzeau, Marie-Anne Chabin, Gilles Bertin, Jean-Pierre Chrétien, Françoise Rouard</td></tr>
</table>

Enfin, signalons au niveau de la recherche européenne le projet FIDIS (***Future of Identity in the Information Society***), dans le cadre du 6ème programme de recherche et développement technologique de l'Union européenne (2005-2009)[744]. Dans le 7ème cadre, notons également le groupe de travail « Consent » sur la perception du traitement des données personnelles dans les situations de commerce électronique et de réseaux sociaux numériques. « Les résultats seront communiqués aux décideurs politiques européens et experts juridiques dans le but d'encourager le renforcement de la protection des consommateurs et internautes »[745].

Pour terminer, cet état des lieux donne à voir sous différences approches la réappropriation décomplexée de l'objet identité. Les différents champs des SIC sont mobilisés : sémiotique (MERZEAU, 2009, 2010 ; GEORGES, 2009, 2010, 2011), médiologie (MERZEAU, 2009), pragmatique interactionnelle (LARDELLIER & BRYON-PORTET, 2010 ; GRANJON & DENOUËL, 2010 ; COUTANT & STENGER, 2010, 2011 ; DENOUËL, 2011), sociologie des usages et enjeux microsociaux ou sociétaux (CARDON, 2008, 2009 ; PERRIAULT, 2009 ; GRANJON, 2011a, 2011b ; PROULX et KWOK-CHOON, 2011), sciences de l'information (PÉDAUQUE, 2006, 2007 ; ERTZSCHEID, 2009 ; LE DEUFF, 2011 ; SALAÜN, 2012), marketing (MILTGEN, 2009, 2011), économie comportementale (RALLET & ROCHELANDET, 2011 ; ACQUISTI, 2011 ; DEHARO, 2011), discours sociaux et approches institutionnelles (PIAZZA, 2009 ; MANACH, 2009 ; MONDOUX, 2011), analyse des réseaux sociaux (DEGENNE, 2011), anthropologie (GALINON-MÉLÉNEC, 2011), industries culturelles et approche socio-économique (REBILLARD, 2008, 2011 ; GOMEZ-MEIJA, 2011), interdisciplinarité (GEORGES & SEILLES, 2010 ; TCHUENTE, 2011). Si besoin était, cette énumération nous rappelle la nécessité d'un abord interdisciplinaire des enjeux liés aux médiations de l'identité et de la vie privée.

L'appel à l'interdisciplinarité, comme dans ces deux exemples mixant SIC et informatique mais également la sémiopragmatique (selon l'approche de D. PERAYA et non celle de R. ODIN), ou telle que désirée par B. OLLIVIER dans ses ouvrages (pour les SIC en 2000, pour l'identité en 2007), et actualisé dans sa direction de thèse de Gustavo GOMEZ-MEIJA, mêlant sémiotique et industries culturelles, mérite une réponse encore plus large. Nous prendrons garde toutefois des directions qu'elle peut prendre. Ainsi, un chercheur comme Nicolas AURAY n'hésite pas, dans un chapitre de

744 <www.fidis.net>
745 <consent.law.muni.cz>

l'ouvrage *Le web social*, à souhaiter la fondation d'une « nouvelle théorie de l'identité »[746], celle-ci naissant du « couplage entre la théorisation des transformations sociales contemporaines et une théorie de l'identité feuilletée, susceptible d'appréhender la possibilité pour l'individu de mener parallèlement des engagements multiples » (AURAY, 2010 : 45). La théorisation envisagée par l'auteur est celle de Z. BAUMAN. L'engagement, quant à lui, est à comprendre selon l'interactionnisme de GOFFMAN[747], éclairant alors le projet d'une théorie de l'identité « feuilletée », une couche du millefeuille représentant une face, toujours selon la notion de GOFFMAN[748]. Si notre travail s'inscrit dans ce cadre théorique, le risque est grand cependant d'une réification de l'objet en notion-écran, mais surtout, un tel projet, en SIC, pourrait conduire à transformer la discipline en « une science du tout », puisque tout un chacun dispose d'une identité[749].

746 AURAY N., « Le web participatif et le tournant néolibéral : des communautés aux solidarités », in MILLERAND F., PROULX S., RUEFF J. (dir.), *Web social. Mutation de la communication*, Québec : Presses de l'université de Québec, 2010, p.33-50. Citation p.47

747 « Un système de pratiques, de conventions et de règles de procédure qui sert à orienter et à organiser le flux des messages émis [...]. Les participants se servent d'un ensemble de gestes significatifs, afin de marquer la période de communication qui commence et de s'accréditer mutuellement. Lorsque les personnes effectuent cette ratification réciproque, on peut dire qu'elles sont en conversation ; autrement dit, elles se déclarent officiellement ouvertes les unes aux autres en vue d'une communication orale et garantissent conjointement le flux de paroles », GOFFMAN E., *Les rites d'interaction*, Paris : Minuit, (1967), 1974, p.32-33

748 Il s'agit d'un « appareillage symbolique » que l'individu revêt autant que la société lui assigne, et qu'il emprunte lors de ses relations en face-à-face (GOFFMAN, *La présentation de soi*, 1973 : 29, *op. cit.*). Le travail de figuration (faire face, ou *facework*) peut être compris comme une mise en abime d'une herméneutique sociale : comme le signalent Jean NIZET et Nathalie RIGAUD, la face « est fonction de l'interprétation que les autres en feront, de l'interprétation que la personne fera de cette interprétation, et ainsi de suite, potentiellement au énième degré », NIZET J., RIGAUD N., *La sociologie de Erving Goffman*, Paris : La découverte, coll. « Repères », 2005. p.37

749 Notre souhait de construire des ponts entre les niveaux, les acteurs, les disciplines nous amène – simple jeu intellectuel – à postuler le rapprochement suivant : les sciences physiques (de l'atomique à l'astrophysique) reconnaissent quatre interactions fondamentales, l'interaction nucléaire forte (qui assure la cohésion des noyaux atomique grâce au gluon), l'interaction électromagnétique (dans laquelle le photon rend possible lumière, magnétisme et électricité), l'interaction nucléaire faible (avec le boson, la fusion nucléaire au cœur des étoiles et la radioactivité β) et enfin la gravitation (sans particule identifiée aujourd'hui, ni théorie, mais reconnue comme responsable de la macrostructure de l'Univers). Diverses théories tendent à faire se rejoindre ces interactions, et leur modèle explicatif (mécanique quantique au niveau micro, relativité générale au niveau macro), notamment le modèle standard de la physique des particules (approche par le micro) ou le modèle cosmologique et la théorie des cordes (approche par le macro). Le risque, reconnu par les partisans comme par leurs détracteurs, est d'aboutir à une Théorie du Tout. Nous pourrions retrouver dans ces quatre interactions, ces quatre forces qui font le réel, des équivalents dans les forces qui font le social, de la monade individuelle et sa psychogenèse (psychanalyse, psychologie) à la sociogenèse des nations ou des groupes de nations (sociologie, histoire). Le projet de Norbert ELIAS était de rattacher les Sciences Humaines et Sociales à la biologie et aux Sciences du Vivant (dans le recueil *Au-delà de Freud*, *op. cit.* note n°27). Les neurosciences seraient l'un des ponts rendant possible cet assemblage.

C, Une approche interdimensionnelle par les niveaux

Le risque s'accroit d'autant plus en considérant que les projets précédents n'incluent pas certains niveaux d'approche. D'abord en termes disciplinaires, l'étude des processus d'identification et de socialisation médiatisés par ordinateur reste souvent à la surface des dispositifs qui les instancient, tels les premiers travaux sur les interfaces de F. GEORGES[750] ou D. CARDON[751], et ne rentrent pas dans l'architecture informationnelle de ces dispositifs (chapitre 3). Pourtant, « le travail de maillage social en ligne est dépendant de processus sociaux mais aussi des programmes d'actions déposées dans le code du dispositif »[752], ce qui implique d'articuler avec les dimensions interactionniste et socioéconomique l'étude de ce code (I[ère] partie).

Ensuite, si la convocation de différentes disciplines (internes ou externes ou SIC) est requise pour l'étude de nos objets, au risque déjà d'une globalisation, il nous semble que cette étude, des données aux contextes, doit intégrer également une approche que nous situons aux niveaux micro, méso et macro, ce qu'invitait d'ailleurs à faire le « modèle du salon » (chapitre 3).

De nombreux scientifiques se sont interrogés sur la capacité d'un modèle à passer d'un niveau à l'autre, ou sur la pertinence de le faire. Nous pouvons citer la métaphore de « la société comme marché » de Max WEBER comme agrégats d'initiatives micro-sociales (entreprises familiales, sectes protestantes) conduites par l'*éthos* protestant, mais également l'habitus de BOURDIEU, le système d'action de Michel CROZIER et FRIEDBERG (1977) et la théorie de l'acteur-réseau (CALLON, LATOUR et AKRICH), la sociologie de la transaction de Jean RÉMY, la pensée de la médiation[753], etc. et bien entendu la sociologie configurationnelle de Norbert ELIAS ; sur l'autre bord, Harold GARFINKEL (élève de SCHÜTZ et de sa phénoménologie, fondateur de l'ethnométhodologie) s'attache à l'étude des comportements autochtones mais sans volonté de les théoriser[754], de même qu'Aaron CICOUREL refuse toute forme de détermination par des macro-structures[755].

---

750 GEORGES F., « Approche statistique de trois composantes de l'identité numérique dans Facebook », in COMBÈS Y., BOUQUILLION P. (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris : L'Harmattan, 2007

751 CARDON D., « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, n° 152, 2008

752 BOYD d., "*Facebook's privacy trainwreck: Exposure,Invasion, and Social Convergence*", *Convergence*, vol.14, n°13, 2008, p.12-20

753 Voir le dossier consacré à la médiation dans la revue *Les Enjeux de l'information et de la communication* 2010 (Dossier 2010). 116 pages.

754 DE FORNEL M. *et al*., *L'ethnométhodologie. Une sociologie radicale*, Paris : La Découverte, coll. « Recherches », 2001, 448 pages. <www.cairn.info/l-ethnomethodologie--9782707133731.htm>

755 CORCUFF P., « Aaron V. Cicourel : de l'ethnométhodologie au problème micro/macro en sciences sociales », *SociologieS*, Découverts/Redécouvertes, 2008, <sociologies.revues.org/2382>. Lire notamment la conclusion qui rapproche Cicourel et Goffman.

La question de l'emprise d'un niveau sur l'autre peut se décliner en une double problématique :

- celle de partir d'un matériau de recherche incomplet, isolé, singulier à partir duquel peuvent se construire des modèles idéaltypiques (typique chez KANT) : recherche d'invariants dans les entretiens, d'universaux dans l'observation des usages, généralisation à partir de quelques archives ; une pratique qui peut conduire autant à la circonscription des « socio-styles de vie »[756] qu'à la théorie de l'espace public, comme telle assumée par son auteur Jürgen HABERMAS[757] et relayée par ses commentateurs[758]. À quoi sert un espace public idéal qui ne peut rendre compte des espaces publics politiques réels ?
- celle de considérer qu'il existe des déterminations à l'intérieur du champ social, et qu'elles peuvent se focaliser soit à un niveau micro : l'individu influant la société (typique chez HEGEL) par des choix rationnels (individualisme méthodologique, typique dans les études de réception et la définition de l'usager, mais également paradigme dominant en économie : Gary BECKER et l'*homo œconomicus*) ; soit à un niveau macro : la société déterminant l'individu (chez MARX, typique du structuralisme ou du holisme, qu'on retrouve dans les études sur les communautés et la définition du public, notion qui descend d'un niveau puisqu'il est convenu de parler de publics au pluriel[759]). À quoi sert une théorie générale s'il est possible de lui renvoyer que tout n'est qu'exception ?

Cette double lecture résonne comme une injonction à articuler les deux niveaux pour éviter les apories disciplinaires. Deux possibilités de résolution apparaissent : l'une considérant les niveaux

---

756 Les socio-styles sont des clichés censés désigner des comportements médians au sein d'une population (« décalés », « rigoristes », « égocentrés », « matérialistes », « activistes »). Développés à la croisée de la sociologie et du marketing dès les années 70, ils conduisent les publicitaires à l'identification de cibles et permettent de leur produire des messages adaptés à leurs comportements. CATHELAT B., ***Styles de vie***, Paris : Éditions d'Organisation, 1985

757 « La contrainte de stylisation des traits typiques spécifiques d'une rationalité communicationnelle incarnée dans des institutions est écartée au profit d'une saisie empirique qui dénoue la tension instaurée dans ce contraste abstrait entre norme et réalité », HABERMAS, « "L'espace public", 30 ans après », 1992 : 177

758 Dans la même livraison que la note précédente, ***Quaderni***, n°18, 1992 : « L'espace public : de la théorie politique à la métathéorie sociologique », de Louis QUÉRÉ, 1992 ; voir également ***Hermès*** n°4, 1989, avec les contributions de J.-M. FERRY, A. TOURAINE et M. ABÉLÈS. Une vision de l'espace public, sur laquelle nous reviendrons en III[ème] partie, mais dont la problématique qui nous intéresse ici a justement été discutée lors du séminaire GPB 2011 co-organisé par le GRESEC, Lille 3, Paris 8, l'UQAM et la MSH Paris-Nord. Voir la présentation faite par Pierre MŒGLIN et la discussion avec Bernard MIÈGE à cette adresse : <gpb.ga-ga.fr/2011/03/15/seance-2-le-%e2%80%9cnouvel-espace-public%e2%80%9d>, mise en ligne par Simon Gadras.

759 ESKENAZI J.-P., ***La sociologie des publics***, Paris : La Découverte, coll. « Repères », 2009. « Figures du public », ***Réseaux***, 2004, vol. 4, n°126, 232 pages, <www.cairn.info/revue-reseaux-2004-4.htm>

non dans un rapport hiérarchique mais dans une combinaison de processus et de contextes ; l'autre en intercalant un niveau intermédiaire.

La première possibilité est exprimée par Dan DRUCKMAN, chercheur en psychologie à l'Université George Mason et spécialisé dans la négociation et la gestion des conflits internationaux. Ce qu'il présente ici dans un entretien est tout à fait valable dans d'autres domaines d'activités de recherche[760] :

> « Peu de chercheurs ou praticiens nieraient que l'on peut mieux comprendre la négociation en combinant la perspective du processus (micro) avec celle du contexte (macro) : les processus sont en effet incrustés dans leurs contextes ; ces derniers sont à leur tour définis par des rapports historiques, par des politiques nationales ou sous-nationales, par des cultures, par des règles et des institutions, etc.
>
> […]
>
> Relier les interactions observables au niveau micro à l'environnement politique se situant au niveau macro et qui définit les issues à négocier, reste un défi à la fois conceptuel et méthodologique. Une approche idéale de recherches raccorderait ces deux niveaux, en développant, en premier lieu, un cadre organisant les facteurs et les processus contextuels et, en second lieu, en utilisant des méthodes multiples pour tester ces synergies entre contexte et processus ».

Nous retrouvons la double démarche propre à la dialectique micro/macro dans le domaine de la négociation et de la gestion des conflits : dimension empirique (à un niveau micro : conflit au sein d'une famille, d'un groupe d'amis, d'une entreprise), au niveau macro (entre des nations) ; et dimension méthodologique (simulation en laboratoire au niveau micro, et fouille de données plus observations des conflits internationaux au niveau macro). Mais l'intérêt de l'approche se trouve dans la considération des processus comme niveau micro, et des contextes comme niveau macro. Nous ne croyons pas que les processus se nichent uniquement à des niveaux micro (certes les processus cognitifs sont dans le niveau micro, mais le processus civilisationnel de Norbert ELIAS par exemple semble se situer à un niveau macro) ; de même les contextes semblent être – dans

[760] DRUCKMAN D. « « Relier le micro et le macro : un défi conceptuel et méthodologique pour nos recherches sur la négociation » », ***Négociations***, vol. 2, n°10, 2008, p. 107-128. <www.cairn.info/revue-negociations-2008-2-page-107.htm>

notre approche – principalement microsociaux (surtout dans le cadre de la vie privée). Ce que DRUCKMAN nomme contexte se rapproche plus de ce que nous entendons comme cadre.

C'est peut-être dans la théorie du *two-step flow* (LAZARSFELD & KATZ, 1955) que se trouvent combinés à la fois cette double problématique (méthodologique et paradigmatique) et une autre possibilité de résolution : en enquêtant auprès de 800 électeurs sur la construction de leur choix aux moments des Présidentielles de 1944 (aux USA), les deux chercheurs ont essayé d'établir dans quelles mesures les *mass media* pouvaient avoir une influence sur leur audience. Il s'est avéré que cette communication de point-à-masse est relayée par la suite en une communication de point-à-point, ou en face-à-face, et que c'est dans les conversations que se cristallisent les opinions (ce qu'avait déjà intuitivement établi Gabriel TARDE). En conclusion, les travaux de LAZARSFELD et KATZ rendent compte du mécanisme (descendant) de transfert entre deux modes de communication, à travers le dispositif sociotechnique puis dans le face-à-face. La cheville ouvrière de cette communication est le leader d'opinion, un idéaltype qu'ils définissent et insèrent dans leur modèle à partir d'une observation de terrain.

Dès lors apparait la difficulté de catégoriser les intermédiaires en raison de leur « plasticité »[761] : une famille est le niveau micro d'un individu, mais dit autrement la cellule familiale est le niveau micro des groupes sociaux où évolue l'individu. Le père de famille peut agir comme *leader* au sein de son foyer, et relayer les opinions de son employeur, opinion que ce dernier aura construite en assistant à des réunions de syndicats patronaux, où le secrétaire général s'est fait l'écho de ce qu'il avait entendu dans les couloirs d'un Ministère, etc.. Il y aurait ainsi pléthore de médiateurs dans la chaine informationnelle et décisionnelle, communicationnelle et délibérative[762]. Parler de chaine est en fait inexact : on ne peut imaginer à un bord un individu qui n'aurait plus personne auprès de qui relayer l'information/opinion, et à l'autre bord un individu qui façonnerait ses décisions/opinions sans se nourrir de celles des autres. La dynamique du cycle est ici plus juste, et permet notamment d'inclure le mécanisme ascendant. Nous regroupons dans ce niveau méso d'intermédiation tous ceux (acteurs humains, agents-logiciels, organisations) qui tiennent ce rôle, entre micro et macro, tous ceux qui opèrent comme des « objets-frontières ».

En reprenant la sociologie configurationnelle d'ELIAS (chapitre 1, section 1.1C), nous considérons qu'il existe des interdépendances entre ces acteurs, et que ce qui fait le social nait de cette

761 PATRIARCHE G., « Publics et usagers, convergences et articulations », *Réseaux* vol. 1, n°147, 2008, p. 179-216, <www.cairn.info/revue-reseaux-2008-1-page-179.htm>
762 Info-médiateur et agent-facilitateur ont été présenté, chapitre 3, section 2.3C, en page 204

codétermination, de leurs interactions, entre tension et articulation. Nous n'envisageons donc pas les niveaux selon un axe hiérarchique et, nous rappelons ce qu'ELIAS en disait, traitant alors des configurations : les niveaux micro, méso et macro sont relatifs[763]. Seules comptent alors les focales employées pour analyser ces niveaux, et le croisement interdimensionnel opéré dans la reconstruction d'une réalité sociale. Notre optique combine ainsi des focales permettant d'appréhender les théories informatiques appliquées aux monades informationnelles, les interactions microsociales situées dans un terrain ou contexte spécifique ainsi que les stratégies d'acteurs agissant au niveau transnational, le tout s'inscrivant dans des procès socio-historiques à apprécier sur un temps long.

C'est donc à la condition d'intégrer tous ces éléments : focales, niveaux, disciplines, acteurs, enjeux, composants, dispositifs, dynamiques que sera vraiment possible une approche interdimensionnelle de l'identité en contexte numérique, du traitement industriel des données personnelles et des formes de médiation de la vie privée. Une fois franchie ce point de basculement, la deuxième moitié de notre travail peut s'ouvrir sur l'étude informationnelle et communicationnelle des processus d'identification et de socialisation médiés et médiatisés par ordinateur.

3. Identification et socialisation en ligne

3.1, Le cadre de l'interaction dans la communication médiatisée par ordinateur

Pour SCHÜTZ, le cadre du face-à-face est le seul susceptible de fournir une intersubjectivité :

[763] On pourra lire aussi l'article de LATOUR B., « La sociologie sans objet ? Remarques sur l'interobjectivité », et surtout la note 29 qui renvoie à CALLON & LATOUR, 1981. L'auteur y signale « la nécessité de ne pas choisir une échelle allant du micro au macro pour comprendre la différence relative de taille » (nous soulignons). En effet, « le monde social demeure plat en tous points sans qu'on y observe ce pliage qui permettrait de passer du micro au macro », p.55. L'article est publié dans DEBARY O. & TURGEY L. (dir.), ***Objets et Mémoires***, coédité par Québec : les Presses de l'Université de Laval et Paris : Les éditions de la maison des sciences de l'homme, 2007 : 37-58. L'article de 1981 est "***Unscrewing the Big Leviathans. How do Actors Macrostructure Reality***", in KNORR K. & CICOUREL A. (dir), ***Advances in Social Theory and Methodology. Toward an Integration of Micro and Macro Sociologies***, Londres : Routledge, 1981 : 277-303.

> « C'est uniquement dans ce cadre [le face-à-face] que le corps d'un autre est réellement à ma portée et le mien à la sienne ; ce n'est que dans ce cadre que nous nous abordons en tant qu'individus singuliers. Pendant la durée de la relation face-à-face nous sommes mutuellement impliqués dans la situation biographique de l'autre : nous vieillissons ensemble »[764]

Mais peut-on « vieillir ensemble » quand la relation se situe dans un dispositif à mémoire électronique ? Ou soumis juridiquement au principe du « droit à l'oubli »[765] ? Peut-on s'aborder en tant qu'individus singuliers, mais en ligne ? Pour sa part, Serge TISSERON voit « Internet comme axe d'injonction à la visibilité en tant que critère ontologique fondamental pour l'existence du sujet », (TISSERON, 2011 : 83). Nous sommes alors en droit de nous demander quelle intersubjectivité peut naitre de la médiatisation (des pratiques qui n'existaient pas au moment où SCHÜTZ écrit ce commentaire), l'intersubjectivité regroupant ce qui se déroule entre les sujets, l'un prenant l'autre pour objet, la confrontation des deux donnant l'identité et l'altérité. Pour répondre à cela, nous proposons d'aborder dans un premier temps l'étude de ces dispositifs à travers deux champs de recherche : le premier portant sur le travail collaboratif supporté par ordinateur (***Computer-Supported Collaborative Work***, CSCW) et le second sur la communication médiatisée par ordinateur (CMO) ; dans un deuxième temps les recherches sur les pratiques sociales instanciées dans ces dispositifs ; et dans un dernier temps les recherches sur les usages de l'identité numérique.

A, Le travail collaboratif assisté par ordinateur

Les dispositifs sont d'abord observés dans leur opérationnalisation ***in situ***, et principalement en entreprise. Serveurs de fichiers, reliés à une interface web (intranet), services en ligne (correspondance, base de ressources, mutualisation des informations techniques et commerciales) apporteraient un soutien au travail collaboratif[766] ou à distance[767]. Un champ

764 SCHÜTZ A., ***Symbole, réalité et société. Contribution à la sociologie de l'action***, Paris : Hermann, (1955), 2009, p.80-81. Citation p.85, reprise dans ANDRIEU B., ***Le corps du chercheur. Une méthodologie immersive***, Nancy : Presses universitaires de Nancy, 2011, p.21

765 Le droit à l'oubli est une doctrine visant à obliger les fournisseurs de services de télécommunication enregistrant des données personnelles à les effacer sur injonction du titulaire ou après un délai de conservation prévu par la loi. Nous reviendrons sur l'émergence de cette doctrine dans les corpus réglementaires dans le chapitre 8, section 2.1, « le cadre légal de la vie privée ».

766 SIX F., VAXEVANOGLOU X., ***Les aspects collectifs du travail***, Toulouse : Octares Editions, 1994

767 ENGRAND S., LAMBOLEZ S., TROGNON A. (dir.), ***Communications en situation de travail à distance***, Nancy : PUN, 2002

d'études se dégage alors dans les années 80-90, d'origine anglo-saxonne : les ***Computer-Supported Collaborative Work studies*** (ou CSCW). Une famille de logiciels en particulier est étudiée : le ***groupware***[768]. On parle également de logiciel professionnel, ou progiciel. L'outil atteint une dimension collaborative en s'intégrant aux activités de production ou d'administration de l'entreprise : en allant de la chaine de production des ateliers à la logistique, en passant par la gestion du processus qualité et des ressources humaines. On parle alors de progiciel de gestion intégré (PGI, en anglais ***Entreprise Resource Planing***, ERP, avec comme produit leader du marché SAP[769]). La connaissance de ces outils, voire la maitrise de certains de leurs modules sont requis dans les référentiels des BTS (notamment administratif et comptable, voir chapitre 6) et très souvent présent dans les entreprises où travaillent les apprentis. Pour FLICHY, cette immixtion de l'informatique dans l'entreprise reconfigurerait la sociologie du lien, notamment en substituant le capital relationnel des agents par un capital investi dans des machines communicantes (2004).

De même, les activités verbales au travail semblent perturbées[770], qu'elles se déroulent en face-à-face, en visioconférence[771] ou ***via*** des logiciels professionnels : la parole est opérationnalisée sous forme de dialogues orientés-taches[772] dans la lignée du modèle langage/action développée en intelligence artificielle par Terry WINOGRAD[773]. Ainsi, il ne semble pas que, à tout le moins dans le cadre professionnel et au moment de ces études (dernière décennie du XX^{ème} siècle), il y ait facilement coïncidence entre le cadre de fonctionnement et le cadre participatif des outils : cela tiendrait surtout aux possibilités d'identification des interactants. En comparant divers forums électroniques en contexte professionnels, Fabienne MARTIN, s'appuyant sur le cadre théorique de l'interactionnisme symbolique, pose comme critère de succès l'ouverture ou le cloisonnement du

768 LLOYD P., ***Groupware in the 21st century : Computer Supported Cooperative Working Toward the Millenium***, Londres : Adamantine Press Limited, 1994 ; HOLTHAM C., "***Groupware, its past and future***", in LLOYD, 1994 ; BODEN WISE G., CROW D., PARSOWITH S., "***The Evolution of CSCW. Past, Present and Future Developments***", ***ACM SIGCHI Bulletin***, vol.29, n°2, 1997 ; LE BŒUF C., ***La fin du groupware ? Résurgence d'une dynamique organisationnelle assistée par ordinateur***, Paris : L'Harmattan, 2002; SEGRESTIN D., « Les nouveaux horizons de la régulation en organisation : le cas des progiciels de gestion intégrés », in DE TERRSAC G. (dir.), ***La théorie de la régulation sociale de Jean-Daniel Reynaud***, Paris : La découverte, 2003

769 ***System, Applications, Produkts***, une entreprise allemande dont le leadership suscite la convoitise d'autres grandes entreprises de l'informatique (notamment ***Microsoft***).

770 FALZON P., « Langage opératif et compréhension opérative », ***Le Travail Humain***, vol.50, n°3, 1987 : 281-286 ; FALZON P., « Les activités verbales dans le travail », in AMALBERTI P., DE MONTMOLLIN M., THEUREAU J. (dir.), ***Modèles en analyse du travail***, Liège : Mardaga, 1991

771 HILTZ S. R., "***Computer conferencing: Assessing the social impact of a new communications medium***", ***Technological Forecasting and Social Change***, 1977 : 225-238

772 FALZON P., KARSENTY L., « L'analyse des dialogues orientés-tâches : introduction à des modèles de la communication », in SIX & VAXEVANOGLOU, 1994

773 Voir note n°421

cadre participatif, ainsi que la claire détermination des rôles : réussite quand « le cadre participatif du forum électronique était fermé, réservé aux membres du projet qui se connaissaient bien et avaient donc un niveau de connaissances communes important relatif aux rôles de chacun limitant les risques de malentendus. » ; échec quand « le degré de connaissances des participants entre eux était … faible. De plus, les capacités interactives du forum limitaient les échanges à deux, trois interventions au maximum. Il n'y avait bien entendu pas de débat. (...) Un cadre participatif large, un but de l'interaction non relié à l'activité directe de l'acteur, font que ce dernier privilégiera son rôle relationnel (se mettre en scène) plutôt que son rôle fonctionnel (participer à la réflexion). […] En d'autres termes, ce sont les caractéristiques du cadre participatif et, en particulier, la définition des rôles de chacun, qui différencient les utilisations de forums électroniques. Le degré de connaissance et de pré-détermination du rôle des interactants a un impact sur l'utilisation d'un forum. Les utilisateurs d'un forum ouvert sur internet peuvent ne pas se connaître, par contre ils peuvent savoir identifier parfaitement le rôle de chacun à propos du sujet de discussion du forum », (MARTIN, 2002). Ainsi, l'identification du rôle des interactants semble primordiale pour l'efficience du cadre participatif en contexte professionnel. Nous verrons qu'en contexte affectif, l'identification de l'identité est tout autant primordiale pour la performance du cadre privatif (IIIème partie).

B, La communication médiatisée par ordinateur

L'informatique devenant domestique (LAMARCHE, 2005), les outils, et les pratiques, de l'entreprise s'invitent au foyer. De cette immixtion nait la communication médiatisée par ordinateur (CMO), un champ interdisciplinaire apparu dès les années 80 aux États-Unis (notamment via le ***Journal of Computer-mediated communication*** de l'université d'Indiana), et apparu dix ans plus tard en France. Ce champ recouvre à la fois des études linguistiques ou sociolinguistiques (on parle alors de discours médié par l'électronique)[774], les ***media*** ou ***internet studies***, l'informatique, la sociologie des usages, les SIC. Il a parfois été question de communication médiatée[775], mais il s'agit plus de médiation (publique) par ordinateur (comme dans les cas de e-santé, e-gouvernement, etc.). Cependant, la définition de la CMO semble difficile à établir, le terme

774 PANCKHURST R., "***Mediated electronic discourse and computational linguistic analysis : improving learning through choice of effective communication methods***", in PRIYA S. (dir.), ***Netlingo. The Metamorphosis of Language***, Hyderabad, India : Icfai University Press. (Reprinted with permission <ascilite.org.aua>, ***Proceedings of the 23rd annual ascilite conference***)

775 LAMIZET B., ***Les lieux de la communication***, Paris : Mardaga, Coll. Communication, 1995, 331 p.

se plaquant d'abord sur des objets (les dispositifs) et sur une « tradition de recherche »[776]. C'est pourquoi nous proposons de partir sur les distinctions suivantes :

- nous appelons communication médiée par l'électronique tout type de médiation langagière actualisée dans un dispositif électronique (préfixe télé- de télévision, téléphonie, télécommunication, etc.) ;
- nous appelons communication médiatée par ordinateur les pratiques de médiation sociale (entre sujets et organisations) instanciées *via* un dispositif sociotechnique dédié (télédéclaration, eGouvernement, eSanté, etc.). Cette forme de communication n'est pas l'objet de notre recherche ;
- nous appelons communication médiatisée par ordinateur les processus informationnels-communicationnels intersubjectifs articulés par des dispositifs sociotechniques (nous pouvons parler ainsi d'identification et de socialisation médiatisées par ordinateur). Cette forme de communication intègre la communication médiée par l'électronique : ainsi, quand nous lirons communication médiatisée, il faudra toujours garder à l'esprit le substrat de la communication médiée.

À partir de ces nuances, nous proposons de définir **la CMO comme une communication médiée (par le langage verbal) d'une intersubjectivation (identification et socialisation) articulée dans un dispositif socio-technique avec des logiques socioéconomiques**.

Serge PROULX le signalait dans son introduction du colloque dédié à la CMO (2001) : il y a risque de surdétermination « si on se braque d'abord et trop exclusivement sur le dispositif technique ». Il invite dans le même mouvement à prendre en compte la fonction phatique de la communication ainsi que les rapports de pouvoir qui se mettent en place au sein des dispositifs, notamment entre les entreprises qui les mettent en place et les usagers qui les utilisent. Ainsi s'articule le « carrefour des problématiques » qui donne naissance et s'opère dans la CMO, et que nous voulons emprunter dans cette thèse.

776 PROULX S., « Les recherches nord-américaines sur la communication : l'institutionnalisation d'un champ d'étude », *L'Année sociologique*, vol. 51, n°2, 2001, p. 467-485

3.2, L'expressivisme numérique

Plusieurs vocables convergent vers le même objet : "***second self***"[777], ***cyberself***"[778], "***digital self***"[779], en référence au "***self***" de MEAD, « ego 2.0 »[780], « identité numérique »[781]. ***Stricto sensu***, une identité numérique sur un site de socialisation est composée d'un profil, d'un ensemble de productions éditoriales et d'un graphe social. En 2007, danah BOYD et Nicole ELISON avaient proposé une définition des sites de socialisation (***social network sites***) à partir de cet ensemble de sites :

> *"We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site"* [782]

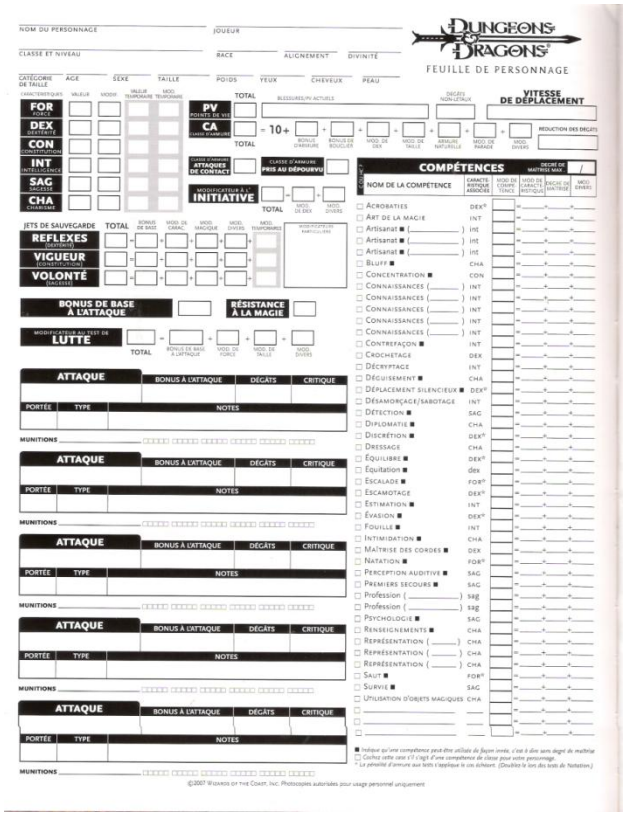
Quelques années plus tard, dans un entretien accordé à Thomas STENGER et Alexandre COUTANT pour la revue ***Hermès***[783], Nicole ELISON, professeur d'***Information studies*** à l'Université du Michigan et spécialisée dans l'articulation des processus sociaux et des dispositifs techniques, complète cette définition : « Un site de réseau social est une plateforme de communication en réseau dans laquelle les participants 1) disposent de profils associés à une identification unique qui sont créés par une combinaison de contenus fournis par l'utilisateur, de contenus fournis par des "amis", et de données système ; 2) peuvent exposer publiquement des relations susceptibles d'être visualisées et consultées par d'autres ; 3) peuvent accéder à des flux de contenus incluant des contenus générés par l'utilisateur - notamment des combinaisons de textes, photos, vidéos, mises à jour de lieux

777 TURKLE S., ***The second self: Computers and the Human Spirit***, New York: Simon & Schuster, 1984
778 DOUGLASS D. M. W., "Cyberself: The Emergence of Self in On-Line Chat", ***The Information Society***, vol.13, n°4, 1997
779 ZHAO S., "The digital Self: Through the Looking Glass of Telecopresent Others", ***Symbolic Interaction***, n°28, 2005 : 387-405
780 LARDELLIER P., BRYON-PORTET C., « "Ego" 2.0 », ***Les Cahiers du numérique***, vol. 6, n°1, 2010, p.13-34
781 PIERRE J., « Génétique de l'identité numérique. Sources et enjeux des processus liés à l'identité numérique », ***Les Cahiers du numérique***, vol.7, n°1, 2011, p.15-29
782 « Nous définissons des sites de réseaux sociaux comme des services web qui permettent aux individus (1) de construire un profil public ou semi-public dans un système limité, (2) d'articuler une liste d'autres utilisateurs avec qui ils partagent une connexion et (3) de parcourir leur liste de connexions et celles faites par d'autres dans le système. La nature et la nomenclature de ces connexions peuvent varier de site en site ». ELLISON N. B., BOYD D. M., "***Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship***", ***Journal of Computer-Mediated Communication***, vol.13, n°1, 2007,
783 ELLISON N. B., « Réseaux sociaux, numérique et capital social », Entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant, ***Hermès***, n°59, 2011

et/ou liens - fournis par leurs contacts sur le site »[784]. Cette définition propose une tripartition entre un profil utilisateur (a), un flux de contenus (b) et une liste de relations (c). Nous faisons une simple description de ce triptyque pour l'instant, réservant à l'observation des usages le retour critique (chapitre 6).

A, Le profil utilisateur

Hérité des feuilles de personnage des jeux de rôles (de type ***Donjons et Dragons***), portées sur écran dans les premiers RPG (*role-playing game*, de type *Ultima* ou The *Elder Scrolls*), le profil de l'utilisateur est un tableau de commensuration, remplie de métriques (les compétences dans le jeu), d'une biographie et parfois d'un avatar.



Ill. n° 16 : Feuille de personnage du jeu de rôle Dungeons & Drangons

784 ELLISON, 2011 : 22. À paraitre dans *Oxford Handbook of Internet Studies*, DUTTON W. H. (dir.), Oxford University Press, 2013, 752 pages

En quittant l'univers rôliste/ludique, puis la ***homepage***, le profil des sites de socialisation reprend ces trois éléments constitutifs de l'identité numérique : des métriques, une biographie, un avatar.

- Sur ***Twitter***, site de microblogging (les productions éditoriales sont limitées à 140 caractères de texte), ce sont les seuls éléments de présentation, auquel l'utilisateur peut rajouter une localisation dans l'espace (coordonnées GPS, toponyme réel ou fantaisiste) et sur la Toile (URL).
- Sur ***Facebook***, le formulaire d'inscription contient plus de 30 questions, dont 6 obligatoires[785] : les réponses sont affichées dans la partie supérieure de la page de membre[786].
- Sur ***LinkedIn***, site de socialisation professionnelle, les questions sont plus nombreuses car elles visent à établir le ***curriculum vitae*** du membre[787].
- Sur de nombreux sites personnels de type blog ou ***homepage***, la page « À propos »[788] contient plus d'informations, du fait de la liberté laissée au propriétaire de la page d'écrire et de présenter sous la forme qu'il veut ce passage biographique (selon ses compétences)[789]. WordPress propose d'ailleurs de nombreuses extensions logicielles pour personnaliser l'affichage et optimiser le référencement de l'auteur[790].

Nous présentons ci-dessous les trois faux profils d'Heidi Num tirés des principaux sites de socialisation : ***Facebook*** et ***Twitter*** (Ill. n° 17 et Ill. n° 18).

785 Nom, adresse électronique, ville d'origine et ville de résidence, sexe, date de naissance, souhait de rencontre (homme ou femme), langues parlées, biographie, relation amoureuse et liens de parenté avec d'autres membres de ***Facebook***, employeur, université et lycée, religion, opinions politiques et idéologies, télévision, musique, film, jeux, livres préférés, sports pratiqués, équipes et sportifs préférés, activités et centres d'intérêts, adresse postale, numéro de téléphone, quartier et URL.

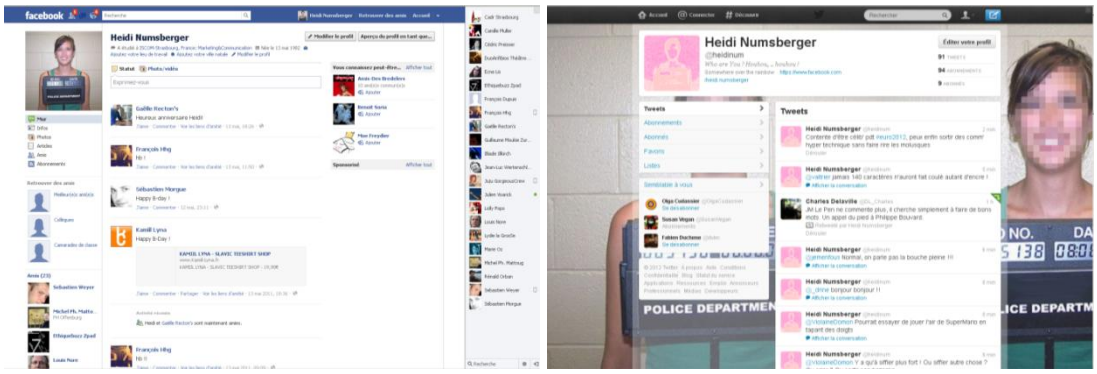
786 Voir chapitre 2, section 2.2 consacrée à l'espace de production de ***Facebook***

787 Prénom, nom, titre du profil, ville, code postal, secteur d'activité, poste actuel (URL, nom de l'entreprise, intitulé du poste, date de début et de fin de contrat, secteur d'activité, lieu et description), postes précédents (idem), formations (diplôme, lieu, période, domaine d'études), résumé, langues et niveaux, publications, compétences et expertises, informations supplémentaires (sites web, autres comptes, comme ***Twitter***), informations personnelles (coordonnées complètes adresse, téléphone et email), distinction et prix, blocs de contenus provenant d'autres applications.

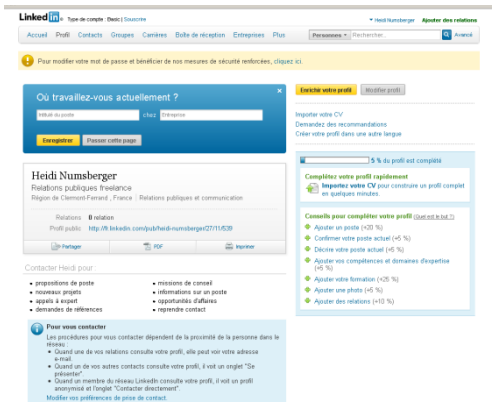
788 En anglais ***About*** ; les anglo-saxons, dont les Allemands et les Scandinaves utilisent le terme de ***Colophon***

789 Quelques exemples issues du site de référence en webdesign : <www.smashingmagazine.com/2009/07/01/best-practices-for-effective-design-of-about-us-pages>

790 <wordpress.org/extend/plugins/search.php?q=author>



Ill. n° 17 : Profil d'Heidi Num sur Facebook (gauche) et Twitter (droite)



Ill. n° 18 : Profil d'Heidi Num sur LinkedIn

Les sites de socialisation fournissent une maquette unique à tous leurs utilisateurs, à quelques libertés près chez *Twitter* où l'utilisateur peut changer l'image d'arrière-plan et la couleur des textes et zones de texte. C'est une différence majeure avec les pages perso dont l'étude permit l'identification d'une « culture expressiviste »[791]. À l'époque, les pages personnelles étaient « un bric-à-brac identitaire fait de bricolages esthétiques ordinaires »[792]. Si le bricolage a disparu avec le formatage imposé par les sites de socialisation, le contenu relève toujours d'un « patchwork »[793] au service d'un « individualisme expressif » (ALLARD & VANDENBERGHE, 2003 : 194). Chacun personnalise son profil, « choisit des portions du réel et les sémiotise en leur donnant le statut de

791 ALLARD L., BLONDIAU O., « 2.0 ? Culture Numérique, Cultures Expressives », *Médiamorphoses*, n°21, 2007
792 ALLARD L., VANDENBERGHE F., « Express yourself ! Les pages perso entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité », *Réseaux*, n°117, 2003. Citation p.194
793 C'est ainsi que DE SINGLY définit l'identité dans DE SINGLY F., , *L'individualisme est un humanisme*, La Tour d'Aigues : Éditions de l'Aube, 2005. Cité par COUTANT & STENGER, 2010 : 4

traits distinctifs », (OLLIVIER, 2007 : 28). Julie DENOUËL parle quant à elle de « traits statutaires (…) qui permettent aux usagers de se définir au travers d'habiletés et de goûts personnels »[794]. Ainsi s'agrègent, se « colligent » des traits statutaires « fixes » de type exogène (âge, sexe, race) et des traits affectifs « erratiques » de type endogène (goûts, préférences personnelles)[795].

B, Les productions éditoriales du web social

À ces profils, constituant le ticket d'entrée sur les sites de socialisation, il convient d'ajouter les productions éditoriales qui suivent : ***tweets***, statuts, mises à jour participent également au projet identitaire. Pour la plupart constituées de textes (des 140 caractères de ***Twitter*** aux billets longs supportés par ***Facebook***, auxquels on peut rajouter les articles de blog), ces productions sont enrichies par des liens hypertextes (soit dans le corps du texte, soit comme simple publicité d'une URL que le membre a trouvé intéressante) et des objets multimédias (images, vidéos, morceaux de musique). Selon le service proposé par les réseaux socionumériques, l'accent peut être mis soit sur le profil (***Facebook***), soit sur le texte (***Twitter***), soit sur des productions culturelles (***Wikipédia***) ou artistiques (***DeviantArt***, ***Flickr***, ***MySpace***, ***YouTube***), soit comme nous le verrons dans la prochaine section sur la composition du graphe social (***LinkedIn***, ***Viadeo***). Chacune de ces productions peut donner lieu à une conversation ou une interaction : c'est à partir de ces deux événements que Fred CAVAZZA, consultant et blogueur[796], propose une définition de ce qu'il appelle les médias sociaux : « un ensemble de services permettant de développer des conversations et des interactions sociales sur internet ou en situation de mobilité ». Sur cette base, il publie chaque année un panorama des médias sociaux[797], organisé par finalité : localisation (***Foursquare***), publication (***Tumblr***, ***WordPress*** et toutes les plateformes de blogging, ***Wikipedia***), partage (***Flickr***, ***Deezer***, ***DeviantArt***, ***YouTube***, ***Picasa***,

794 DENOUËL J., ***Les Interactions médiatisées en messagerie instantanée. Organisation située des ressources sociotechniques pour une coprésence à distance***, thèse de doctorat en sciences du langage, Montpellier : Université Paul-Valéry, 2008

795 « Les sites de réseaux sociaux proposent des formats d'exposition de soi variés qui se présentent sous forme de "Profils" colligeant des traits identitaires censément fixes (i.e. plutôt ce que l'on est ou dit être) et des caractéristiques plus erratiques relevant davantage de préférences culturelles, d'activités prisées ou de contenus produits (i.e. ce que l'on fait) », GRANJON F., « De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique. Exposition de soi et autoréification sur les sites de réseaux sociaux », ***Réseaux***, vol.29, n°167, 2011, 75-104 pages. Citation p.99

796 Voir <www.fredcavazza.net/a-propos/mon-parcours>. Fred Cavazza anime 8 blogs : FredCavazza.net, RichCommerce.fr, MarketingVirtuel.fr, InterfacesRiches.fr, MediasSociaux.fr, Entreprise20.fr, SimpleWeb.fr et TerminauxAlternatifs.fr. Il est également cofondateur de l'agence de consulting ***The Persuaders***. Il déclare gagner sa vie (indirectement) grâce à la publication en ligne de son expertise, dont la « réputation » lui permet d'intervenir dans de nombreuses conférences et d'entrer en contact avec des clients « prestigieux ».

797 <mediassociaux.fr/2012/02/20/panorama-des-medias-sociaux-2012>

DailyMotion, *SlideShare*, *Scribd*), jeu (*Kongregate*, *Zynga*, *WoW*, *EA games*), rencontre (*LinkedIn*, *Viadeo*), achat (*Hunch*, *BaazarVoices*). Au centre de ces 6 catégories se trouvent *Twitter*, *Google* et *Facebook*, qui permettent de réaliser chacune de ces activités.

Proposition de consultant, cette approche mérite d'être enrichie par un regard plus distancié, principalement à travers les travaux portant sur l'énonciation éditoriale. Ainsi, ces « écrits d'écran » (JEANNERET & SOUCHIER, 1999) sont pluriels : dans leur matérialité sémiotique (photos, sons, textes), dans leurs finalités (et peut-être dans leurs intentions) et dans leurs audiences. En effet, l'une des particularités techniques des sites d'hébergement et affichage des productions éditoriales, y compris dans le registre limité des réseaux socionumériques, est de propulser les contenus en mode push[798] et d'offrir la possibilité à un internaute de s'abonner au flux de contenus d'un ami (sur un site de socialisation) ou d'un inconnu (sur un site de partage). C'est l'emprunt au modèle de flot que fait le modèle du salon.

Se repose alors la question de savoir si ces contenus font des industries qui les propulsent des industries de contenus : nous ne pensons pas qu'ici le critère de créativité, de sensibilité artistique, d'esthétique doit être pris en considération principale. Pourtant, c'est bien une approche esthétique que nous voulons prendre, mais au sens trivial : en effet, nous supposons pour l'instant que ces productions éditoriales sont empruntes de la sensibilité de leurs énonciateurs, et qu'en fait de créativité, c'est la banalité du quotidien qui est mise en forme, l'infra-ordinaire dont parle Yves JEANNERET à propos des êtres culturels[799]. Les réseaux socionumériques fonctionnant comme des « carrefours », les contenus qui y circulent renvoient autant à l'interprétation du monde vécu par leur énonciateur que par celle de leurs énonciataires. De cette « polychrésie » (terme qu'emploie l'auteur pour dire les multiples interprétations) naitrait une commensuration du monde social, un sens commun du monde vécu qui pour tout ferait culture : ces productions éditoriales banales, triviales, nous en viendrons à la caractériser d'anecdotiques, contribuent à la culture de la même manière que les contenus produits par les industries du livre, du cinéma, de la radio ou de la télé.

[798] On désigne par *push* le modèle de distribution d'un éditeur qui pousse le contenu auprès de son audience (livraison en boite aux lettres par exemple). A l'inverse, le mode *pull* désigne un modèle de distribution où l'éditeur laisse à disposition de son audience les contenus produits (comme en librairie ou en kiosque par exemple).

[799] JEANNERET Y., *Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels*. Paris : Hermès-Lavoisier, coll. « Communication, médiation et construits sociaux », 2008, 266 p.

C, Le graphe social

Le dernier pan du triptyque est la liste de personnes (ou d'identités numériques) auxquelles est rattaché le profil. Les « amis » de ***Facebook***, les abonnés ou ***followers*** de ***Twitter***, les relations de ***LinkedIn*** composent une facette identitaire dans la mesure où, par homophilie, par biographie, par co-construction, se dessine la personnalité du membre.

« L'interface du blog [et par extension des sites de socialisation] doit être regardée comme un répertoire de contacts permettant aux individus de tisser des liens avec d'autres autour d'énoncés à travers lesquels ils produisent de façon continue et interactive leur identité sociale »[800]. Ainsi, plusieurs études (basées sur la théorie du capital social et, selon F. GRANJON, 2011, souffrant de faiblesse méthodologique) montrent que l'affichage des goûts ou le dévoilement de soi favorisent la connectivité[801].

En se servant de l'analyse des réseaux sociaux, nous devons cependant distinguer et éclairer les trois familles précitées : sur ***Facebook***, l'amitié est bilatérale. Certes, la demande de mise en relation est toujours à l'initiative d'un individu (A), et l'acceptation à la discrétion d'un autre (B). Mais dès lors que celui qui est sollicité accepte la relation d'amitié, le parcours du triptyque est autorisé dans les deux sens : on parle alors de réciprocité. ***Twitter*** repose par contre sur un graphe orienté : un individu peut décider de s'abonner à un autre membre du site, sans que celui-ci s'abonne en retour. ***Facebook*** a proposé une fonction similaire : l'amitié reste réciproque mais l'abonnement aux contenus est unilatéral. On peut rester amis sans voir toutes les publications. ***LinkedIn*** fonctionne avec les deux systèmes : la relation désigne la réciprocité entre deux membres du site, tandis que la recommandation correspond à une arête orientée de celui qui recommande à celui qui est recommandé (un directeur et son salarié, un client et son prestataire, un enseignant et son élève).

Hormis le ratio abonnements/abonnés qui est utilisé dans certaines métriques pour montrer la réputation ou l'expertise d'un utilisateur de ***Twitter***[802], hormis également l'affichage du nombre d'amis ou d'abonnés sur l'un ou l'autre site, la réciprocité (***Facebook***) ou l'orientation (***Twitter***)

---

800 CARDON D., DELAUNAY-TÉTÉREL H., « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie de blogs par leurs publics », ***Réseaux***, vol.24, n°138, 2006, p.15-72

801 LIU H., MAES P., DAVENPORT G., "***Unravelling the Taste fabric of Social Networks***", ***International Journal of Semantic Web and Informat***, vol.2, n°1, 2006 : 42-71, cité par GRANJON, 2011 : 100 ; STEFANONE M. A., JANG C. Y., "***Writing for friends and Family: The Interpersonal Nature of Blogs***", ***Journal of Computer-Mediated Communication***, vol.13, n°1, 2007 ; NARDI B., SCHIANNO D., GUMBRECHT M., "***Blogging as Social Activity, or, Would you let 900 million people read your diary ?***", Chicago : ***Conference CSCW***, 2004

802 Tel l'indice de ***Klout***, pondérant des métriques provenant de ***Facebook***, ***Twitter***, ***Google+*** et autres sites du web social : <www.klout.com/corp/kscore>

déterminent des formes de socialité : normés par les fonctionnalités du site, mais également par les conventions d'usage. En effet, qu'il s'agisse des « guides de *Twitter* »[803] ou de discussion avec les usagers, il est recommandé de faire preuve de réciprocité dans les échanges sur *Twitter* : à défaut de vouloir s'abonner en retour, l'usage dominant est au moins de remercier en souhaitant la bienvenue, voire de mentionner les coups de cœur de *tweets via* le *retweet* (RT) et d'abonnés via le *#FollowFriday* (FF). Certains logiciels permettent d'automatiser ces messages de remerciement[804]. Ils sont diversement appréciés par les utilisateurs : adoptés par les individus en démarchage commercial, ils sont ressentis comme du « spam » par les utilisateurs-cibles, et occasionnent souvent des désabonnements.

Des entretiens menés avec des utilisateurs de différentes générations indiquent des usages a priori opposés : il s'agit de composer (pour les entrants dans la vie professionnelle) ou de recomposer (pour les sortants) la liste des contacts professionnels. Pour les premiers – étudiants en fin de parcours universitaires, jeunes diplômés ou professionnels en reconversion, la composition du graphe social correspondrait à des tactiques visant à multiplier les opportunités d'information sur des offres d'emploi. En rajoutant le canal des réseaux socionumériques professionnels (voire en se concentrant quasi exclusivement sur lui), les usagers de *LinkedIn* ou *Viadeo* s'aligneraient sur les discours de ces sites, vantant la force des liens faibles ou contextuels. De là naitrait la multiplication

---

[803] Sur un blog de « consultant marketing », on peut lire les conseils suivant en termes de politesse, une politesse qui oscille entre l'opportunisme commercial et la reconnaissance affective : « Sur la question de la politesse feinte même si elle peut être réelle bien entendu ! On me traitera de cynique mais la politesse n'a pas vraiment sa place sur un réseau comme Twitter qui génère, ne serait-ce que potentiellement, des milliards de $$$! Les professionnels ont envahi Twitter (je le sais, j'en suis un ; cynique oui mais de mauvaise foi non !) et s'en servent à des fins commercial. Eh oui, Twitter est un formidable outil de promotion et de publicité lorsqu'on a un réseau établi !
Donc il est certain que si l'on vous RT ou FF (…), c'est dans un objectif précis, pour que vous le fassiez plus tard à votre tour ou autre chose (ça y est ! On va me traiter de « paranoïaque » maintenant !).
[…]
Par contre, il existe évidemment beaucoup de gens qui ne Retweetent que pour la qualité du message ou de l'article et qui remercie « vraiment » et c'est tant mieux ! Je pense d'ailleurs que c'est là l'intérêt de Twitter. On peut faire du commercial, oui pourquoi pas mais seulement si la qualité des messages est présente, c'est de loin ce qui est le plus efficace. », <cwm-consulting.over-blog.com/article-36977902.html>
Sur le guide de la *Netiquette Twitter* publié par l'Université d'Alberta (Canada), on peut lire la règle n°6 : « 6. Attention à la politesse : si on retweet un article de votre blogue, remerciez la personne : un simple « @userid merci pour le RT » est très apprécié par tous » <guides.library.ualberta.ca/content.php?pid=187999&sid=1578146>
Lire également sur le blog de Yann LEROUX, docteur en psychologie, « La politesse des foules », <www.psyetgeek.com/la-politesse-des-foules>, qui note le tutoiement de rigueur sur *Twitter*.

[804] *Socialomate* est l'un d'eux <www.socialomate.com>. Il s'agit d'un logiciel en ligne se présentant comme « votre assistant d'engagement de conversations digitales ». Il permet ainsi de modéliser des « scénarios d'engagement » en ligne : à chaque nouvel abonné, une série de messages sera envoyée, sur le mode du tutoiement, avec des fréquences réglables, permettant ainsi de remettre en avant des contenus publiés précédemment, ou d'inciter au RT, au FF, etc…

des sollicitations de mise en relation. Pour les seconds – professionnels en situation stable ou en fin de carrière, il s'agirait au contraire d'écrémer le carnet d'adresses pour ne garder que des contacts qualifiés. Si les tactiques misent en œuvre semblent s'opposer (élargissement contre sélection), elles ont en commun selon nous de renvoyer au projet identitaire. Ce qui semble évident pour un entrant (cherchant à se façonner une identité professionnelle) peut sembler l'être moins pour un sortant : néanmoins, nous pouvons apprécier cette reconfiguration du carnet d'adresses comme une reconfiguration des traces opérées dans la carrière : alors que le projet identitaire du premier est prospectif, le projet du second est rétrospectif[805]. Toutefois, il y aurait lieu ici de conduire des entretiens plus poussés auprès d'un échantillon d'usagers des réseaux socionumériques professionnels en fin de carrière ; cela permettrait de surcroit de contrebalancer l'échantillon que nous avons exploité, composé uniquement d'individus en début de carrière.

3.3, Les grilles d'analyse de l'identité numérique

Les réseaux socionumériques permettent de faire figurer, de faire un travail de figuration (le *facework* de GOFFMAN), d'opérer une reconfiguration de sa face ou sa mise en scène de soi en ligne. Ces configurations identitaires sont diversement analysées, et appréciées selon la part de détermination et d'autonomie qu'elles accordent à l'individu, à ses relations sociales ou l'éditeur du réseau socionumérique.

A, Identité civile et identité écran de François Péréa

Dans un article paru dans la revue des *Enjeux de l'information et de la communication*, François PÉRÉA propose d'articuler l'identité entre la cité et l'écran, c'est-à-dire entre l'identité civile (réelle) et l'identité numérique (partiellement fictive)[806]. Il définit ainsi l'identité numérique comme «l'ensemble des manifestations de l'identité (civile et écran) observable dans ses

[805] Les questions de trace et de mémoire liées aux dispositifs socionumériques sont plus particulièrement l'objet de recherche en SIC par Béatrice Galinon-Mélénec (avec la direction du réseau international sur l'Homme trace) et Louise Merzeau dans le second. Lire notamment GALINON-MÉLÉNEC B. (dir.), *L'Homme trace, Perspectives anthropologiques des traces contemporaines*, Paris : CNRS, 2011 ; MERZEAU L., "Embeded *memories. Patrimonialisation des traces numériques*". In *Traces, mémoires et Communication*, 18ème colloque bilatéral franco-roumain en sciences de la communication, organisé par l'université de Nice Sophia Antipolis (laboratoire I3M) et l'université de Bucarest, Bucarest, 2011

[806] PÉRÉA F., « L'identité numérique : de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique », *Les enjeux de l'information et de la communication*, vol.1, 2010, p. 144-159, *op. cit.*

manifestations sur le net » : « nous entendons par identité civile, précise-t-il, l'aspect de l'identité tel qu'il se manifeste et se travaille dans la réalité quotidienne, mais aussi sur le net en concordance avec cette première ; et par identité écran l'aspect de l'identité tel qu'il se manifeste et se travaille spécifiquement et exclusivement sur la toile » (PÉRÉA, 2010). Il apparait donc une séparation conceptuelle entre les deux formes d'identité, qui reviendrait à la dichotomie du réel et du virtuel. Pourtant, François PÉRÉA propose de relier sur un « continuum » les deux formes d'identité, ce qu'il appelle les « deux bornes du continuum » (Fig. n° 6). Adoptant la posture selon laquelle l'identité-écran est une identité désincarnée, François PÉRÉA en tire deux conclusions :

- il manque dans les interactions en ligne les signaux du face-à-face (ce que signalait SCHÜTZ précédemment), laissant libre cours alors à la fantaisie de l'identité-écran. Il reprend à ce niveau le concept de « simulacre de soi » de Jean BAUDRILLARD[807], ajoutant que la virtualité de l'identité-écran peut devenir pathologique si l'identité-civile n'est pas fortement ancrée (et de citer le cas d'un jeune homme « dépendant à un jeu en ligne » ; Fig. n° 7) ;
- seul le web serait prescripteur de cette « publicité de soi » : le travail de figuration ne répond pas à cette présentation de soi (GOFFMAN n'étant pas convoqué dans l'article). Ainsi, quand il affirme que « l'existence numérique est ainsi déterminée par l'exigence de la publicité de soi, qui suppose le partage d'un cadre de référence et d'un code commun de communication », nous pensons que cette exigence est toute aussi présente hors ligne, et que c'est justement le jeu social qui détermine l'existence numérique, que le cadre goffmanien est reproduit en ligne, que le cadre de référence et le code commun sont déjà imposé par le cadre de fonctionnement, et comme nous le verrons plus loin, imposé par le cadre d'usage.

[807] BAUDRILLARD J., ***Simulacres et simulation***, Paris : Galilée, 1985

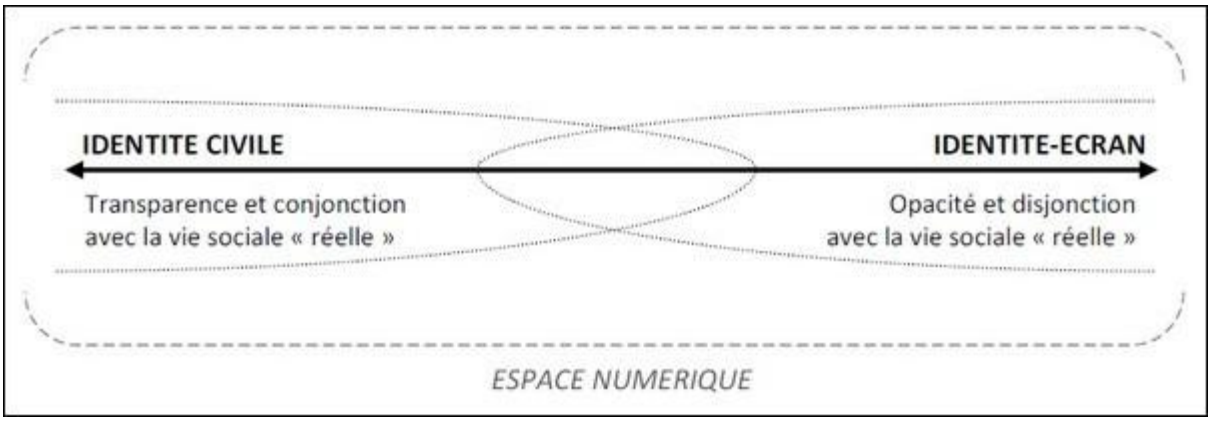


Fig. n° 6 : Le continuum identitaire de François Péréa, entre cité et écran

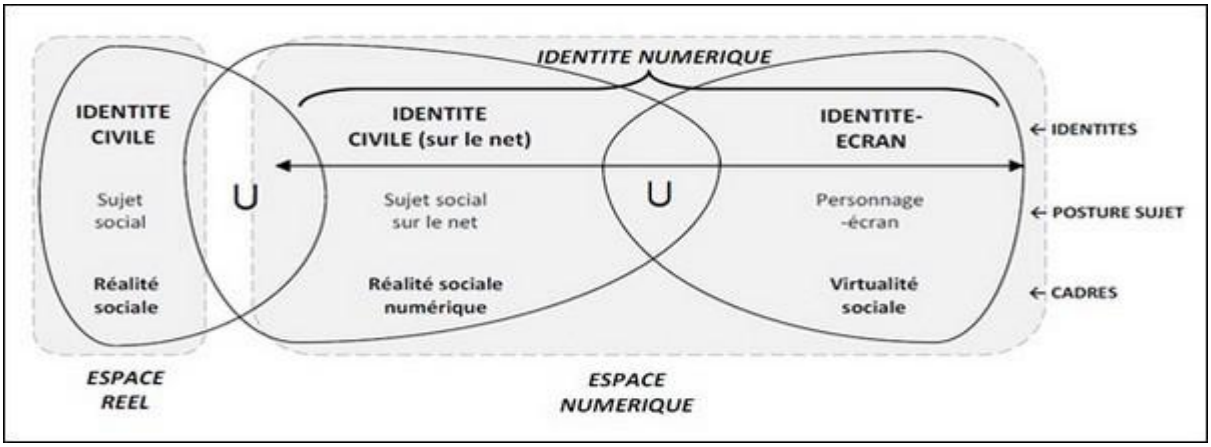


Fig. n° 7 : Les trois formes d'identité dans le modèle de Péréa

Ainsi, si l'idée du continuum nous semble intéressante, vouloir en étudier une seule borne produit indéniablement un biais. François PÉRÉA ne s'intéresse qu'aux interactions en ligne, délaissant celles qui sont situées à l'autre bout du continuum (qui du coup n'en est plus un). Il est normal alors qu'il estime inopérant le cadre de référence d'identité civile, et qu'il ne considère pas la détermination inverse : que le cadre de l'identité écran puisse avoir des effets sur l'identité civile en-dehors des cas extrêmes d'addiction ou de schizophrénie Or, sur les réseaux socionumériques, certes il n'y a pas de face-à-face (si ce n'est avec l'écran), mais l'identité réelle semble être la borne principale de la présentation de soi. En effet, plusieurs éléments permettent de montrer en quoi la réalité sociale pénètre les interactions en ligne :

- l'étude des graphes sociaux des membres de *Facebook* que nous avons interrogés montre l'ancrage territorial des relations nouées en ligne. Si dans les premiers usages de *Facebook*, les inscrits avaient tendance à solliciter et accepter les mises en relation

d'inconnus, cette tendance s'inverse avec la pratique, et les pseudonymes sont rejetés tant qu'il n'y a pas confirmation hors ligne (chapitre 6, 3.3).

- dans le jargon du web (et du jeu vidéo multijoueur en ligne), on appelle IRL (***in real life***) les rencontres qui se déroulent en dehors de l'écran. Elles sont plus nombreuses que les représentations sociales ne le laissent supposer (chapitre 3, 3.2) ;

Enfin, un dernier parti pris nous semble biaisé l'analyse de François PÉRÉA. En effet, l'auteur exclut de son champ de définition les identifiants numériques (login et mot de passe), alors même, reconnait-il, qu'ils opèrent « la conjonction identité sociale – identité-écran là où le sujet peut souhaiter une disjonction étanche ». C'est la problématique soulevée à propos de la politique en nom réel instaurée par ***Google***, où la disjonction est prescrite par l'opérateur (chapitre 3, section 3.3B). Si rien n'affirme de la part des utilisateurs cette volonté d'une disjonction étanche entre leurs facettes identitaires (mais plutôt une disjonction des cadres où ils les mettent en œuvre), nous pensons par ailleurs que les identifiants numériques, pour nous parties intégrantes de l'identité numérique, renvoient à des enjeux non pas ontologiques, mais économiques et sociopolitiques. Notre postulat étant que ces enjeux ne pouvant être disjoints, nous ne pouvons faire l'impasse sur cet élément d'identification et de socialisation (chapitre 3).

B, Les trois identités de Fanny Georges

L'approche proposée par Fanny GEORGES nous semble plus à même d'éclairer les usages de l'identité numérique. D'une part du fait de son parcours, F. GEORGES ayant fait sa thèse de doctorat en Art et Sciences de l'art, et dorénavant Maitre de Conférence en SIC ; et d'autre part du fait de sa volonté d'associer l'informatique dans son champ de recherche[808].

Ainsi, « dans l'hypothèse, que nous soutenons et que nous souhaitons mesurer, annonce-t-elle avec A. SEILLES au 17ème Congrès de la SFSIC, que le comportement de l'utilisateur est partiellement déterminé par la structuration de l'interface, cette influence ne peut être circonscrite par lui-même puisqu'il l'a intériorisée », il revient donc au chercheur d'appréhender l'interface du site web pour saisir les formes de détermination qu'elle peut avoir sur le projet identitaire. Comme nous l'avons vu précédemment, l'approche sémiopragmatique soutenue par Fanny GEORGES se situe dans la

[808] GEORGES F., SEILLES A., « Sciences de l'information et de la communication et Sciences informatiques : vers une approche interdisciplinaire de l'identité numérique dans la communication informatisée », ***Actes du 17ème congrès de la SFSIC***, Dijon, juin 2010, Paris : SFSIC, 2010

trace des travaux de Daniel PERAYA sur les dispositifs techno-sémio-pragmatiques (DTSP), et non pas dans celle que nous adoptons et adaptons à partir du modèle de Roger ODIN. Ainsi, dans plusieurs articles et chapitres d'ouvrage[809], l'auteure s'attèle à circonscrire au sein des interfaces les différents sèmes de l'identité et la relation pragmatique qu'ils peuvent porter. Elle catégorise ainsi trois types de signes identitaires :

- l'identité déclarative comprend les données saisies par l'utilisateur : nom, âge, sexe, localisation, biographie (y compris professionnelle), opinions, graphe social (y compris relation amoureuse) ;
- l'identité agissante est produite par ce que F. GEORGES appelle le « Système » (informatique) et consiste en un affichage des actions réalisées par l'individu (mise à jour de profil, de relation, participation à un événement, apparition dans un document, utilisation d'une application) ;
- l'identité calculée (par le « Système ») établit un traitement statistique de l'identité agissante (nombre d'amis, de clics, etc.).

En fonction des sites web, l'interface va accorder plus ou moins de place à chacune de ces identités, et donc prescrire un comportement auprès de l'utilisateur : ***LinkedIn*** sera majoritairement dans l'identité déclarative (à quoi correspond le long formulaire d'inscription de ***Facebook***), ***Facebook*** et ***Twitter*** accordent plus de place à l'identité agissante (via leur ***Timeline***, que ***LinkedIn*** a copié), les applications périphériques de ***Twitter***, ***LinkedIn*** et ***Facebook***, et surtout les applications ludiques et les jeux massivement multi-joueurs (***World of War***craft) que l'auteure affectionne, mettent l'accent sur l'identité calculée. Si ces propositions sont utiles pour décortiquer les stratégies des entreprises, il nous semble que d'un point de vue conceptuel, ces trois identités convergent à destination d'une « identité constative ».

En effet, dans le cadre de la philosophie du langage (AUSTIN, 1962 ; SEARLE, 1969), nous pouvons estimer que toutes les manipulations opérées par l'internaute au sein de l'interface relèvent du constatif : dans ces articles, Fanny GEORGES associe systématiquement identité agissante et identité calculée, cette dernière étant la version statistique de la première. Ce repli aboutit à une

[809] GEORGES F., « Approche statistique de trois composantes de l'identité numérique dans Facebook », in COMBÈS Y., BOUQUILLION P. (dir.), ***Les industries de la culture et de la communication en mutation***, Paris : L'Harmattan, 2007b ; GEORGES F., « Représentation de soi et identité numérique », ***Réseaux***, n°154, 2009 ; GEORGES F., « Pratiques informationnelles et identités numériques », ***Études de communication***, vol. 2, n°35, 2010, p.105-120

séparation entre l'être et l'agir. Mais dans le même temps, l'identité agissante n'est qu'une reformulation – opérée par le « Système », il n'y a pas perlocution, tout juste re-locution – de ce que l'internaute a déclaré : en effet, c'est lui qui est à l'origine d'une mise en relation (qu'il la propose ou qu'il l'accepte), d'une mise à jour, d'une participation, etc. Or il n'y a rien dans ce modèle pour distinguer ce qui est le fait non pas du système, mais des tiers : nous pensons notamment au mécanisme du bouton « J'aime ». Ainsi, ce n'est pas une « identité agissante » qui est affichée, mais une identité qui vient d'agir, ou sur laquelle des tiers agissent : le participe présent n'est plus de mise. D'ailleurs, c'est le participe passé qui est employé dans les zones relevant de « l'identité agissante » (Ill. n° 19).

Ill. n° 19 : Heidi Num a partagé un lien, participe passé de l'identité agissante

On notera cependant que, toujours sur l'interface, les boutons sont au présent de l'indicatif : « J'aime », « Commenter », « Partager ». Ces boutons offrent des actions, mais ils ne concernent pas l'identité (mis à part le J de J'aime) : ils deviendront identité agissante dans le modèle de Fanny GEORGES après coup, au participe passé, pour constater l'action de l'internaute, en ce sens les boutons disposent d'une force perlocutoire tandis que les indicateurs sont purement constatifs. Dans ce qu'elle analyse, c'est-à-dire ce qui est fixé dans la page-écran du dispositif, ce qui appartient à l'identité « agissante » nous semble correspondre à du constatif (ou de l'identité « déclarative »). L'action de cliquer appartient à l'identité agissante, mais l'affichage consécutif qu'analyse l'auteure n'est que du constatif.

Pour conclure, au-delà de la réduction que nous opérons sur le modèle, le bornant à la seule « identité constative », nous devons reconnaitre que les trois identités de Fanny GEORGES mettent

en valeur d'une part l'interface des dispositifs, ce que ne faisait pas François PÉRÉA, mais en en restant à la surface de l'approche sémiotique. Rien n'est dit du calcul opéré, des modalités de traitement de cette identité constative, et des performations rendues possibles par les algorithmes. D'autre part, cette approche permet d'éclairer également la stratégie des entreprises (par ce qu'elles déploient sur leur interface, et la prescription qu'elles opèrent du coup sur les utilisateurs). Cependant, nous regrettons que si l'espace de réception est bien analysé, l'espace de production des RSN reste quant à lui dans l'ombre. Ces points ont été abordés en I[ère] partie.

C, Le design de la visibilité de Dominique Cardon

Sociologue en entreprise, travaillant pour le laboratoire des usages d'*Orange*, disposant d'une équipe pluridisciplinaire (SHS + informatique), Dominique CARDON travaille depuis longtemps sur la sociologie du web, et principalement sur les questions de publicité, à entendre à la fois comme présentation de soi et comme processus délibératif. S'étant au départ orienté sur le militantisme en ligne[810], il en est venu à observer les pratiques des militants en termes de modes d'organisation, de prise de parole en ligne, de structuration des discours et les formes de présentation de l'énonciateur. À l'arrivée des blogs (CARDON & DELAUNAY-TÉTEREL, 2006), puis des réseaux socionumériques et du paradoxe de la vie privée, ses recherches se sont un temps focalisées sur ces dispositifs, avant de revenir à des objets plus macroscopiques[811].

C.1 La force des liens faibles

Le point d'entrée pour l'analyse de l'identité numérique se trouve dans un article co-écrit avec Christophe AGUITON, et où les auteurs développent le modèle de la « force de coopération des liens faibles » dans le web participatif (AGUITON & CARDON, 2007). Se référant à la théorie

[810] Principalement avec Fabien GRANJON ou Christophe AGUITON : CARDON D., GRANJON F., ***Médiactivistes***, Paris : Presses de Sciences Po, coll. « Contester », 2010 ; CARDON D., GRANJON F. « Le renouveau des pratiques médiatiques alternatives », ***Contretemps***, 18/02/07 : 89-98 ; CARDON D., GRANJON F. « Médias alternatifs et radicalisation de la critique » in COLLOVALD A., GAÏTI B. (dir.), ***La démocratie aux extrêmes. Sur la radicalisation politique***, Paris : La Dispute, 2006 : 309-334 ; CARDON D., AGUITON C., « L'équipement technologique des débats altermondialistes », in S. PROULX, POISSANT L., SÉNÉCAL M. (dir.), ***Communautés virtuelles. Penser et agir en réseau***, Laval : Presses Universitaire de Laval, 2006 : 335-349 ; CARDON D., AGUITON C. , « Militants et TIC » in BENAMRANE D., JAFRÉ B., VERSCHAVE F.-X. (dir.), ***Les télécommunications entre bien public et marchandise***, Paris : Charles Leopold Meyer, 2005 : 287-297 ; CARDON D., GRANJON F., « Médias alternatifs et média - activistes », in AGRIKOLIANSKY E., FILLIEULE O., MAYER N. (dir.), ***L'altermondialisme en France. La longue histoire d'une nouvelle cause***, Paris : Flammarion, 2005 : 175-198.

[811] CARDON D., ***La démocratie internet. Promesses et limites***, Paris : Seuil, 2010.

des liens faibles de GRANOVETTER[812], ils l'injectent dans la période qui leur est contemporaine, et dans des dispositifs multi-situés : d'une part les sites web à contenu généré par les utilisateurs (UGC, *user generated content*) et d'autre part les réunions adhocratiques de type « *barcamp* »[813]. Dans ces deux espaces se mettent en œuvre des formes d'innovations ascendantes basées sur une égalité des participants (un modèle sociopolitique de la parité, reprenant l'architecture logicielle des réseaux de pair-à-pair, P2P) : à la différence des liens forts centrés sur les proches, les amis, la famille, les liens faibles désignent ces individus rencontrés en ligne ou dans des *barcamps*. L'innovation – sociale, technologique, entrepreneuriale – qui se dégage de ces rencontres donne lieu à ce que les auteurs appellent « la coopération faible ». Nouvel entrant dans la sociologie de l'innovation de FLICHY, à laquelle les auteurs font référence, elle serait le moteur du web 2.0, son modèle organisationnel, voire sociopolitique tant le rapport à l'identité y serait nouveau. En effet, l'une des particularités des *barcamps* tient à la présentation de soi qui y est faite : les participants ne donnent que leur prénom, associé à trois mots-clés. Il n'y a pas de leader, l'hôte n'étant qu'un soutien logistique. Pour avoir participé au *barcamp e-reputation*, et à d'autres sessions similaires, il est vrai que l'identité civile n'a que peu d'importance, et permet du coup d'abolir des frontières sociales. Cependant, la « réputation » des individus les précède, et ce qu'ils ont médiatisé apparait très rapidement dans les échanges : au final, l'identification sociale opère toujours, embarquant avec elle son lot de discrimination et de réputation. Dans les tables rondes organisées de manière *ad hoc* lors des *barcamps*, ce sont souvent les mêmes qui interviennent (chef d'entreprise, expert autoproclamé, « gourou » du coaching, chercheur vedette, etc.) et toujours les mêmes qui écoutent (étudiants, novices). C'est pourquoi il est nécessaire de revenir à l'endroit, au site où s'est constituée cette réputation, là où les marqueurs identitaires ont été forgés, et là où les premiers

812 Élève de Harrison White, contributeur majeur de l'analyse des réseaux sociaux par son apport de l'algèbre linéaire et du calcul matriciel, M. GRANOVETTER a conduit dans les années 70 une enquête nommée "*Getting a job*" dans laquelle il apparait que les opportunités de trouver un emploi sont plus grandes auprès des liens faibles que des liens forts. Liens forts (dans un graphe valué) : membres de la famille, amis, proches, tous ceux pour qui on a un attachement fort. Liens faibles : attachement contextuel, camarades de promotion scolaire, collègues de travail, voisins, connaissances du club de sport ou autres, amis d'amis, etc.

813 Selon la typologie des organisations de MINTZBERG, *Structure et dynamique des organisations*, Paris : Éditions d'Organisation, (1979), 1982), une adhocratie désigne un groupe sans structure hiérarchique constitué en vue de l'accomplissement d'une mission, d'une tâche spécifique, et censé se dissoudre une fois le résultat obtenu. Nous pouvons citer en guise d'illustration les assemblées constituantes, les groupes de soutien (du type Alcooliques Anonymes : <www.alcooliques-anonymes.fr/aafr/qui-sont-les-aa/l-association-aa/21-qui-dirige-aa>), les groupes orientés projet en entreprise. L'IETF (*Internet Engineering Task Force*) se réclame de ce modèle. Le concept d'adhocratie a été mis en valeur dans le roman de Cory DOCTOROW, *Dans la dèche au royaume enchanté* : l'adhocratie désigne le mode de gestion adopté collectivement par des individus dans le but de construire des attractions touristiques dans DisneyWorld (« le royaume enchanté »). Pour une analyse des *barcamps*, lire AGUITON & CARDON, « Web participatif et innovation collective », *Hermès* n°50, 2008 : 77-82.

liens faibles se sont noués. Il convient également d'engager dans cette analyse de la coopération des éléments psychologiques tels que la timidité, l'impudeur ou le narcissisme.

C.2 Cartographie des comportements

Dans « Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0 », Dominique CARDON s'attèle à classifier les comportements et à les associer aux stratégies des sites web.

Pour ce faire, il dessine quatre quadrants (Fig. n° 8), découpés par deux axes, de l'être au faire (ce que nous appelons l'être et l'agir) et du réel au projeté. De là se découpent quatre zones distinctes : l'identité civile (être + réel), agissante (faire + réel), narrative (être + projeté), et virtuelle (faire + projeté).

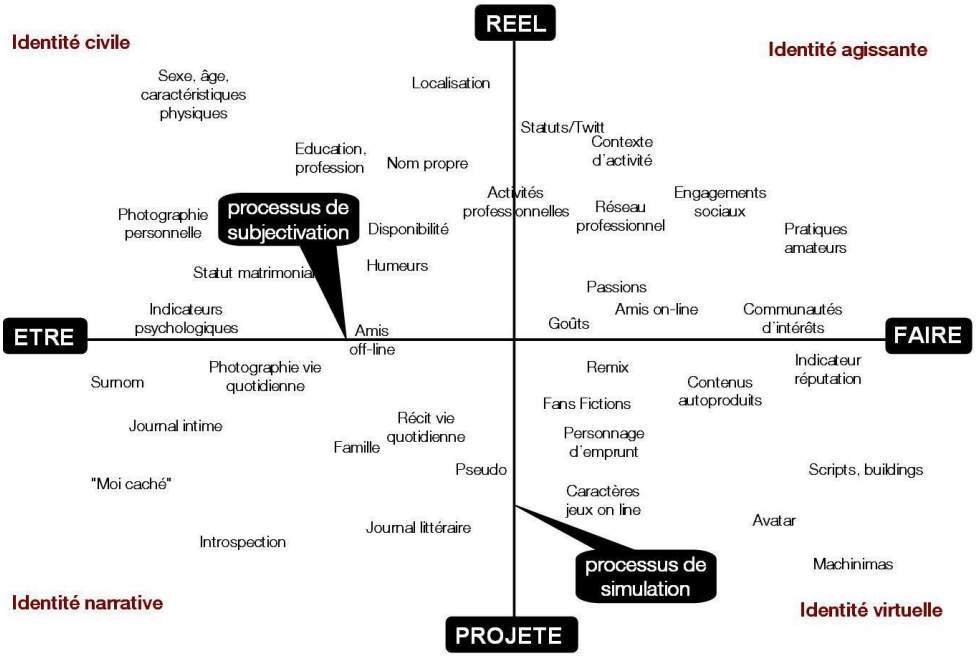


Fig. n° 8 : Les quadrants du design de la visibilité (modèle de Cardon)

Par-dessus ce premier graphique, l'auteur rajoute une couche chevauchant les axes (Fig. n° 9). Il identifie cinq « formats de visibilités » différents offerts par les sites de socialisation :

- Le « paravent », associé aux sites de rencontres : les usagers sont cachés et demeurent accessibles uniquement par l'entremise d'un moteur de recherche. Ils sortent de derrière le paravent uniquement s'ils sont intéressés par le profil de l'utilisateur qui cherche à entrer en contact.

- Le « phare », associé aux sites de partage de contenu : les usagers investissent ces espaces pour afficher leur production artistique, leurs centres d'intérêts. Les marqueurs réputationnels sont très présents (nombre de fois où un fichier déposé a été consulté, téléchargé, commenté).
- Le « post-it », propres aux sites de microblogging : les usagers ponctuent leur présence par de courtes interventions souvent situées *hic et nunc*. Les techniques de localisation (spatio-temporelles) sont fortement présentes (timeline, GPS)
- La « lanterna magica », typique des jeux de rôle en ligne : les usagers se travestissent complètement, rendant impossible la découverte de l'identité réelle.
- Le « clair obscur », associé aux réseaux socionumériques et aux blogs : les usagers montrent leur intimité psychique, affective à un cercle d'amis sélectionnés, et la cachent aux yeux des autres. D. CARDON note cependant que le modèle de visibilité de ces sites tend à éclairer le plus possible, notamment en permettant la consultation par des amis d'amis. Ce qui nous intéresse ici porte donc sur les stratégies des entreprises pour éclairer les membres et sur les tactiques de ces derniers pour rester dans l'ombre aux yeux de tous ceux qui ne sont pas leurs amis. Les tensions entre ces stratégies et tactiques donnera ce que nous appelons « le cadre privatif ».

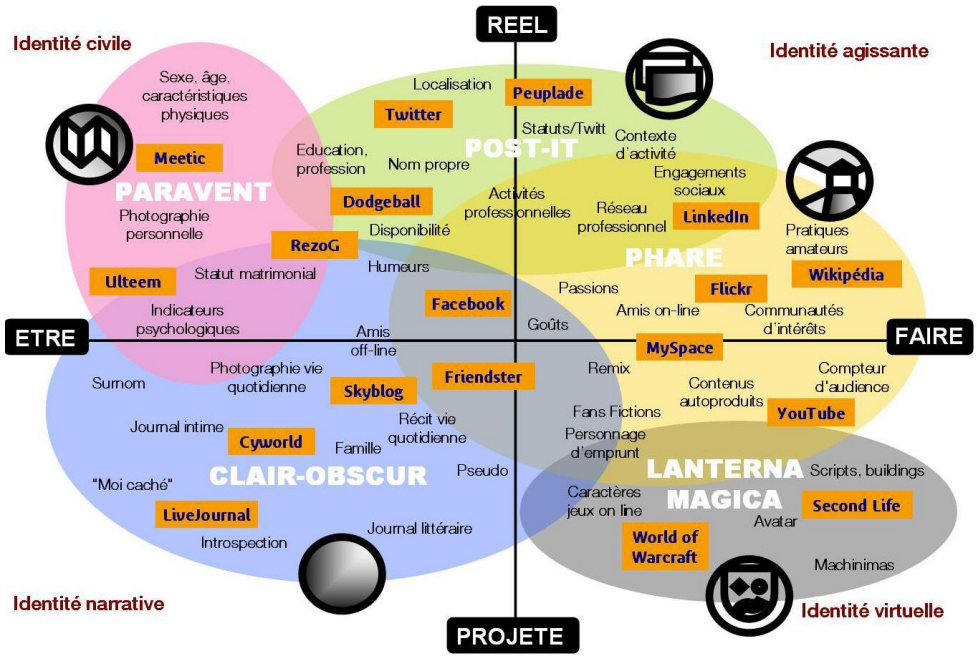


Fig. n° 9 : Les cinq formes de visibilité offertes par les sites web (dans le design de Cardon)[814]

Les services du web 2.0 se trouvent souvent à la confluence de ces zones, tel *Facebook* qui de surcroit est aussi au croisement des deux axes.

À partir des modes de visibilité offerts à leurs utilisateurs, le rapport de transparence/surveillance s'apprécie différemment entre le dévoilement de soi et la découverte de l'autre (entre recherche par critère et découverte au hasard). C'est le signe, pour l'auteur que « les individus, différemment selon les plateformes, contrôlent la distance à soi qu'ils exhibent à travers leur identité numérique ». À l'inverse des discours insistant sur l'immaturité des internautes, Dominique CARDON montre au contraire l'appropriation des dispositifs par les usagers, et la construction de véritables stratégies, à la fois de présentation et de mise en relation. La composition des graphes sociaux individuels diverge d'ailleurs selon les modes de visibilité : plus on se cache, plus on se rapproche d'une clique ; plus on se montre, plus le degré du graphe s'élève. La connexité des graphes sociaux propres à chaque plateforme est également typique : alors que la plupart des sites reposent sur des *clusters* (listes d'amis, clans de joueurs), les sites de rencontre (« paravent ») et les sites de partage (« phare ») opposent deux types de liens (de point-à-point et de point-à-masse).

[814] Les choix iconographiques relèvent moins – selon nous – d'une sémiotique (et d'un enrichissement significatif) que de règles éditoriales propres à l'espace de diffusion de ces travaux :

De même, l'ancrage de l'identité réelle est très fort, même au sein de la « lanterna magica », où le réalisme graphique tend à limiter la fantaisie, mais aussi de par les rencontres IRL qu'organisent les joueurs, et les multiples conversations périphériques qui se nouent autour de question extra-ludiques[815].

C.3 L'identité comme instrument

Quelques mois après la publication de cet article, l'équipe de Dominique CARDON met en ligne un dispositif d'enquête, nommé ***Sociogeek***[816]. Il s'agit d'un questionnaire (sous forme de jeu, avec une mise en scène, une scénarisation et un score final) dans lequel l'internaute (qui sans présence d'un observateur peut librement tricher dans ses réponses) signale jusqu'à quelle impudeur il peut aller dans sa présentation de soi en ligne (sans que l'impudeur ne soit définie : la norme semble arbitrairement fixée – et assumée – par les concepteurs du dispositif). Accolée à cette première étape, la deuxième moitié du questionnaire cherche à établir quels critères permettent de valider une demande de mise en relation de la part d'un individu (en partant du postulat que les internautes puissent solliciter l'amitié d'inconnus, ou l'accepter quand ils leur demandent).

Les résultats ont donné lieu à plusieurs analyses[817], desquels il ressort que le travail mené par un titulaire sur son identité numérique ainsi que les choix relatifs aux sollicitations amicales correspondent à des stratégies de socialisation déjà identifiées hors ligne. Ainsi, D. CARDON remarque que « les ouvriers et employés adoptent clairement une stratégie pour élargir leur cercle relationnel au-delà de leur périmètre culturel ou économique de départ », ayant un seuil d'impudeur et d'acceptation des sollicitations d'inconnus plus bas que les autres catégories

---

815 Nicolas AURAY parle de « bifurcation amicale », dans AURAY N. « L'engagement des joueurs en ligne », ***Les Cahiers du numérique***, vol.4, n°2, 2003 : 83-100. Pour une revue de littérature sur le jeu et ces enjeux identitaires et sociaux, lire l'article de RUEFF J., « Où en sont les "game studies" ? », ***Réseaux***, vol.5, n°151, 2008 : 139-166. L'approche de l'identité par les jeux aurait pu être une entrée pertinente pour notre travail. Conscient que l'engagement dans le jeu ne sépare pas d'une réalité sociale comme les montre les travaux signalés par Julien RUEFF, nous avons cependant décidé de marquer cet ancrage avec le contexte socioprofessionnel, les pratiques ludiques embarquant trop à notre sens de question sur le virtuel qui parasiteraient notre approche. Voir également : RAMPNOUX O., DE LA VILLE V.-I., « A quel jeu joues-tu sur Facebook ? », ***Hermès***, n°59, 2011. Enfin, lire MAUCO O., ***Jeux vidéo, problèmes publics, régulations privées. Histoire socio-historique des dispositifs de contrôle***, thèse de doctorat en Sciences politiques, Paris – Sorbonne, soutenue le 28/06/2012

816 <sociogeek.admin-mag.com>

817 Sur le serveur de sociogeek : <sociogeek.admin-mag.com/resultat/Analyse.htm>. Sur <arhv.lhivic.org/index.php/2008/10/12/835-pourquoi-sommes-nous-si-impudiques>, l'un des blogs de l'EHESS, où enseigne Dominique CARDON et sur ***InternetActu***, la revue de la FING, partenaire de l'enquête, dans les nombreux et virulents commentaires qui ont ponctué l'annonce de l'ouverture de l'enquête : <www.internetactu.net/2008/10/06/pourquoi-sommes-nous-si-impudiques>

socioprofessionnelles, plus rigoureuses. Nous verrons ainsi que ces stratégies se retrouvent, quoique partiellement, dans les choix opérés par notre population d'apprentis confrontés à d'autres « périmètres culturel ou économique » (chapitre 6).

Au final, ces analyses sont pour nous d'un intérêt majeur, même si certains points méritent des commentaires (au-delà des aspects purement méthodologiques de l'enquête). D'abord, le couplage entre comportements des internautes et offres de service des sites web est intéressant dans la mesure où il articule les niveaux micro et méso de notre méthodologie. Sans prendre le chemin d'un déterminisme entre concepteurs et usagers, il serait intéressant toutefois, puisque l'auteur intègre Patrice FLICHY dans ses assises, de creuser plus en profondeur la part d'« innovation ascendante » provenant des usagers (dans leurs tactiques comme dans leurs négociation avec la direction du site : cela rejoint les questions de gouvernance évoquées au chapitre deux. Ce couplage montre aussi les potentialités qu'offrent à des entreprises les lectures sociologiques, ou ici informationnelles-communicationnelles, des dispositifs et de leur appropriation par les usagers.

Cependant, les postulats conceptuels présents dans ces travaux interrogent, notamment dans le choix des axes. Nous proposons en guise de discussion de commencer par ce qu'en disent deux autres chercheurs, Thomas STENGER et Alexandre COUTANT :

- L'axe réel/projeté ne prend pas en compte la co-construction de l'identité. Chez D. CARDON, le projet identitaire est unilatéral, à la seule initiative de l'individu, avec pour seule contrainte dans l'espace de production des offres faites par les plateformes. Or, à partir du moment où un attribut est projeté (ne serait-ce qu'un trait de caractère ou une compétence), et à partir du moment où cette illusion est validée par le public, nous pouvons nous demander dans quelle mesure cet attribut ne deviendrait pas élément de l'identité, auquel cas le projeté deviendrait réel.
- L'axe être/faire est jugé trop « philosophique » par les deux chercheurs, pour qui « l'identité n'existe qu'en actes », citant J.-C. RUANO-BORBOLAN[818]. FOUCAULT et KAUFMAN sont également cités dans cette affirmation : tout est acte de langage, y compris ce qui relève de l'étant (participe présent), du *Dasein*, l'écriture de soi est un acte constitutif de soi. À la différence de l'identité numérique telle que la conçoit Fanny GEORGES, où tout relève du constatif, et où rien n'est processuel, l'identité numérique de COUTANT et STENGER se trouve plus proche d'une pensée

[818] RUANO-BORBOLAN D., *L'individu, le groupe, la société*, 1999 : 3.

informationnelle-communicationnelle. S'opère donc chez D. CARDON le même repli que chez Fanny GEORGES.

- Enfin, la stratégie relationnelle que propose le sociologue relève pour ces critiques d'un individualisme méthodologique, où l'internaute ferait preuve de stratégies conscientes, avec des compétences opportunes. C'est méconnaitre les biais cognitifs caractérisés par l'économie comportementale (ACQUISTI, 2011 ; RALLET & ROCHELANDET, 2011) et les représentations que les usagers se font du devenir de leur triptyque identitaire. L'enquête que nous présenterons dans le chapitre 6 s'attache justement à aller chercher auprès des internautes les usages qu'ils ont et les représentations qu'ils se font des réseaux socionumériques.

D, Négoce et Narcisse de Coutant et Stenger

Les deux chercheurs (l'un en sciences de gestion, l'autre en SIC mais à l'époque rattaché à un laboratoire en sciences de gestion) abordent le projet identitaire avec une double focale, théorique par l'appel à la microsociologie goffmanienne et typologique par la proposition d'une nouvelle grille d'analyse[819]. En repartant de l'identité comme support (MARTUCCELLI)[820], les auteurs cherchent à établir les mutations de l'ordre interactionnel du fait d'une identification/socialisation en ligne.

Les réseaux socionumériques opèrent déjà une première mutation en ce qu'ils rassemblent en un seul espace des individus provenant de cercles sociaux différents. Comme, selon GOFFMAN, notre « rôle » est déterminé par l'espace social où nous jouons[821], cette hétérogénéité est déjà problématique et la négociation du « *self* » s'inscrit dans une configuration plus complexe, d'autant qu'il s'agit désormais d'une configuration socio-technique. Afin d'étudier cette négociation, et voir comment elle se joue dans la rencontre entre des individus, et entre des individus et un dispositif socio-technique, les chercheurs ont cumulé monographie des RSN (*MySpace*, *Skyrock* et *Facebook*), revue de littérature, observation participante, entretiens et traitement de grands jeux de données.

Nous nous intéresserons ici à la typologie que les auteurs proposent des modes d'articulation du projet identitaire avec la structuration du graphe social. COUTANT & STENGER proposent ainsi

819 COUTANT A., STENGER T., « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », *Les enjeux de l'information et de la communication*, 2010, *op. cit.*
820 MARTUCCELLI D., *Grammaire de l'individu*, Paris : Gallimard, 2002, *op. cit.*
821 GOFFMAN, *La présentation de soi*, 1959 : 24 ; voir note n°22

deux axes, du réel au projeté (rejoignant le civil/écran de PÉRÉA), et de l'intime à l'extime (reprenant le concept de S. TISSERON). L'intersection des ces axes dessine quatre quadrants :

- « la bande de potes » désigne un groupe social où « les interactions sont nombreuses mais restreintes aux seuls proches » ;
- la « sphère publique » reprend le concept d'« espace public à infrastructure médiatique » (BOYD, 2007a) : « les interactions sont généralisées avec un grand nombre de personnes susceptibles d'y participer ou d'y assister » ;
- « la cour (est) un vaste ensemble, sélectionné malgré tout, de prétendants ayant le droit d'approcher le roi mais que celui-ci peut ne pas connaître intimement » ;
- « le cérémoniel » englobe « le petit nombre d'élus de la cour qui ont le privilège d'assister à certaines activités du roi ».

Ainsi, l'identification (sans être nommée en tant que telle par les auteurs) est centrale dans cette typologie : dans le rapport au pair (côté Négoce) ou au tiers (côté Narcisse), elle renvoie à l'objectivation telle que nous l'avions vu dans ce chapitre, section 1.1A. Dans un cas, l'autre est identifié (il fait parti des « seuls proches » ou des « élus ») ; il ne l'est pas dans l'autre cas (il appartient à « un grand nombre de personnes » que je peux « ne pas connaitre intimement »).

Dans le projet identitaire, ce processus renvoie à l'identification en 1ère instance (côté Narcisse, je construis de manière autonome un personnage conforme à la représentation que je me fais de moi-même) ou en 2ème instance (côté Négoce, je me construis un personnage conforme à la représentation de moi que je m'imagine faite par mes proches). Ce dernier mode corresponde à la co-construction de l'identité telle que nous l'avions vu dans ce chapitre section, 1.1B.

Surtout, cette typologie des usages montre la dimension sociologique en vigueur au sein du « modèle du salon », notamment dans la délimitation du cadre privatif, qu'il s'agisse des « seuls proches », d'un « petit nombre d'élus » ou d'un « vaste ensemble, sélectionné malgré tout », l'identification des récipiendaires est au cœur du modèle socio-économique des RSN.

Enfin, de la même manière que F. PÉRÉA, les auteurs invitent à ne pas considérer les deux types « Narcisse et Négoce » comme des idéaux, mais comme les bornes entre lesquels l'individu déplace le curseur de son « identité narrative », une référence à RICŒUR qui traverse tout l'article des deux chercheurs. Cette typologie n'est cependant pas le seul atout de leur travail : les auteurs insistent en effet sur la part de détermination contenue dans l'offre logicielle, voire dans l'intentionnalité de *Facebook* (chapitre 3, section 3.3B) et sur l'hybridation du travail de figuration en ligne et hors ligne (chapitre 6, section 2), le titre de l'article « Processus identitaires et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques » laissait pourtant présager le maintien de l'ordre interactionnel, au sens

goffmanien, dans les dispositifs d'identification et socialisation en ligne (nous aborderons ce point dans le chapitre 7, section 2.5).

Ces typologies (PÉRÉA, GEORGES, CARDON, COUTANT & STENGER) de l'interaction sociale en contexte numérique ne peuvent échapper au biais de la classification scientifique. C'est pourquoi, eu égard à la multiplicité des contextes, à la difficulté de modéliser le cadre participatif, à l'impossible découverte des intentions individuelles, et à l'impasse des approches sémiotiques ou stratégiques, nous ne prendrons pas le risque de proposer une nouvelle segmentation. Nous en resterons au constat cependant que la communication médiatisée par des dispositifs identitaires produit autant qu'elle reproduit les pratiques sociales du cadre participatif du face-à-face : néanmoins, si les usages sociaux tendent à cette appropriation (que nous verrons dans les usages des apprentis, chapitre 6), la dimension technique (déjà abordée dans le chapitre 2) et les stratégies économiques (dans le chapitre 3) et politiques (chapitre 1) des concepteurs et des propriétaires conditionnent la production d'identités et les formes de socialisation qui en découlent.

Conclusion du Chapitre 4

En s'invitant à réfléchir sur sa propre condition, l'homme a, au fil des siècles, gagné en autonomie, politique d'abord, professionnelle ensuite par le choix dont il dispose en termes de carrière, à la différence du déterminisme précédent que contenaient les structures sociales. Ces changements dans les traditions se retrouve également au niveau familial, où la libre détermination individuelle peut conduire à affirmer des orientations sexuelles, des reconfigurations dans le couple et des cristallisations dans les rôles sociaux. Cela tendrait d'ailleurs vers une dimension impérative, fonctionnant comme une injonction à être soi, seule possibilité de subsistance ontique dans une société de masse. Au niveau social, l'injonction fonctionne en mode collectif, enjoignant les individus à se regrouper autour d'un noyau de mêmeté (la race, le sexe, la religion, les préférences socioculturelles, etc.). Pour assoir leurs revendications, ces collectifs exploitent ou sollicitent des travaux scientifiques prenant l'identité idoine d'un collectif comme critère d'analyse.

La confusion entre ces niveaux de discours, sociaux et académiques, a transformé l'objet identité en un totem brandi à la fois comme modèle universel d'explication et ce faisant comme aporie conceptuelle. Notre souhait de réintégrer l'identité dans le champ des recherches en SHS, et *a fortiori* en SIC, tient moins du contexte numérique dans laquelle elle est actualisée aujourd'hui, que des processus qu'elle connait en termes d'information (l'informationnalisation d'un soi en données personnelles) et de communication (l'intersubjectivation au niveau pragmatique, la médiatisation au niveau socio-économique). Toutefois, nous prenons garde en adoptant cet objet d'une part de convoquer avec lui les champs opportuns à son étude (à la fois en sciences de l'information et du document, en communication microsociale et institutionnelle), d'autre part de ne pas verser à nouveau dans une méta-théorie. C'est avec ce double cadrage qu'il est possible de porter l'étude de l'injonction de soi dans un contexte médiatique.

Ainsi, *Facebook* serait l'avatar moderne du *gnothi seauton*. En donnant aux internautes la possibilité de se dévoiler en ligne, les réseaux socionumériques et les dispositifs identitaires à fonction endogène supportent le projet d'une construction de soi. Ils ont une fonction proprement psychogénétique, que les internautes exploitent seuls ou dans des logiques de négociation et co-construction de leurs faces. Se lire en ligne, suivre son autobiographie, la mettre à jour fréquemment participent de cette identité narrative et ce souci de soi instanciés, *via* le triptyque identitaire (profil, contenus, graphe social) dans des *hypomnemata* électroniques. Selon cette approche, les tendances comportementales observées dans la modernité seraient reconduites dans les dispositifs identitaires, il n'y aurait pas lieu de croire alors que l'exhibition de soi relève d'un

précipité technique. Cependant, la médiatisation par l'informatique des processus d'identification et socialisation conduit à poser trois questions, propre à chaque enjeu.

- Ontologique : dans quelle mesure la scripturalité des dispositifs est-elle contraire à la métastabilité requise par le processus d'individuation ?
- Économique : dans quelle mesure le processus d'objectivation propre à la réflexivité conduit-il à des formes de réification de l'être et de l'agir de soi et de l'autre proche de la commensuration, la documentarisation et la marchandisation ?
- Sociopolitique : dans quelle mesure l'ipséité du temps long de l'identité narrative est-elle réduite à un noyau de mêmeté porté au profit du cadre épistémique de l'institution nominale ?

Enfin, s'il nous est permis d'aborder l'identité au prisme des sciences de l'information et de la communication, les questions précédentes en amènent d'autres au niveau scientifique : en effet, l'approche quantitativiste et statistique, qui semble pointer dans ces interrogations et les pratiques qu'elles recouvrent, est également une méthode employée pour l'analyse des faits sociaux en contexte numérique (un courant nommé aujourd'hui ***digital humanities***). Afin de ne pas surdéterminer notre approche par ce contexte, nous proposons de déployer une méthodologie singulière, multi-située et immersive (chapitre 5) avant de confronter nos premiers éléments à un terrain spécifique (chapitre 6).

Chapitre 5
MÉTHODOLOGIES

« Nous ne nous connaissons pas,
nous qui cherchons la connaissance ;
nous nous ignorons nous-mêmes :
et il y a une bonne raison pour cela.
Nous ne nous sommes jamais cherchés »,

Friedrich NIETZSCHE[822]

Si les cadres de l'institution nominale et de l'injonction médiatisée s'inscrivent dans un temps long, de l'Antiquité aux modernités d'aujourd'hui, ils ne concernent par contre qu'un espace spécifique, l'Occident[823]. Nous proposons de réduire de manière drastique la focale de notre observation et d'emmener le lecteur sur un terrain hyper-localisé, à l'intérieur d'un centre de

[822] NIETZSCHE F., *Généalogie de la morale*, Paris : Gallimard, coll. « Idées », (1887), 1966 : 7, cité par ANDRIEU, 2011 : 49

[823] Notre objectif n'étant pas de comparer les pratiques biographiques avec d'autres aires culturelles, nous signalons néanmoins que plusieurs travaux, en Corée par exemple, ou dans les régions du Maghreb, signalent des usages de réseaux socionumériques similaires à ceux que nous connaissons en Europe ou en Amérique du Nord. Toutefois, nous ne sommes pas en mesure de comparer la temporalité de leurs travaux (souvent réduit à la période contemporaine) ni à l'ancrage sur des traditions préexistantes. Il pourrait toutefois être intéressant d'observer les pratiques en Inde, en Amérique du Sud, en Russie, etc. Dans *Les liaisons numériques*, Antonio CASILLI fait état de ses voyages à l'étranger et de ses discussions avec les autochtones en s'appuyant sur des travaux localisés (en Chine par exemple). Parmi ceux-ci : HEE-JEONG CHOI J., "*Living in Cyworld: Contextualizing CyTies in South Korea*", in BRUNS A., JACOBS J. (dir.), *Uses of Blogs (Digital Formations)*, New York : Peter Lang, 2006 : 173-186 ; KYUNG-HEE K, HAEJIN Y., "*Cying for me, Cying for us: relational Dialectics in a Korean Social Network Site*", *Journal of Computer-mediated Communication*, vol.13, n°1, 2007, <jcmc.indiana.edu.vol13/issue1/kim.yun.html>. Voir également TYNES R., "*Nation-Building and the Diaspora on Leonenet: a Case of Sierra Leone in Cyberspace*", *New Media Study*, vol.3, n°9, 2007 : 497-518 ; GOBY V., "*Physical Space and Cyberspace: How do they Interrelate ? A Study of Offline and Online Social Interaction Choice in Singapore*", *CyberPsychology & Behavior*, vol.6, n°6, 2003 : 639-644 ; STUBBS S., "V*irtual Diaspora? Imagining Croatia On-line*", *Sociological Research Online*, vol.2, n°4, 1999.
En Europe, on peut citer l'enquête transnationale dirigée par Sonia LINVINGSTONE : « Une simple matrice de corrélation des variables présentées, réalisée au niveau de chaque pays, révèle que dans les pays où les enfants ont plus de contacts à travers les réseaux socionumériques, les profils ont aussi tendance à indiquer plus de paramètres d'identification. Ces pays sont la Belgique, la Hongrie, les Pays-Bas et le Royaume-Uni. C'est la situation inverse en Bulgarie, en Roumanie et en Allemagne. On ne sait pas encore si cela implique que dans certains pays, dotés de plus vastes réseaux et d'une divulgation plus large des informations personnelles, les enfants profitent d'une culture en ligne d'amusement et d'amitié ou si, au contraire, cela entraine une culture de contacts à risque ou même dangereux », LIVINGSTONE S., MASCHERONI G., MURRU M. F., « Utilisation des réseaux socionumériques par les jeunes européens. Nouveaux résultats sur la vie privée, l'identité et les connexions sociales », *Hermès*, n°59, 2011

formation dans lequel nous avons travaillé pendant de nombreuses années, et où les comportements des étudiants, mais également des formateurs, nous ont amené petit à petit à cristalliser un regard critique sur notre pratique pédagogique et sur celles de nos étudiants dans leurs pratiques, leurs usages et leurs représentations des TIC, des dispositifs identitaires et des réseaux socionumériques. Cette proximité avec le terrain, la population, les pratiques, notre posture critique, de même que notre dispositif d'enquête, devront être présentés afin de montrer la singularité, et chemin faisant les inévitables biais, de notre démarche. Nous postulons cependant que cette singularité, cette immersion, cette situation en terrains multiples étaient la seule condition nous permettant de ramener des éléments observables et exploitables dans nos travaux.

1. Postures de recherche

1.1, Une ethnographie multi-située

L'identité se construisant à plusieurs et dans différents cercles sociaux, il est nécessaire alors de se situer dans chacun de ces cercles, et d'être en mesure de les relier comme l'individu le fait dans son projet identitaire. La médiatisation de celui-ci dans des dispositifs pourrait se définir par au moins deux types d'espaces d'actualisation des processus d'identification et de socialisation. En dépassant l'aporie de cette dichotomie entre le réel et le virtuel, et en se situant au plus près des individus, nous proposons d'adopter une démarche ethnographique prenant en compte les multiples sites et situations où se jouent l'identité et le social, en ligne et hors ligne. À partir de là, nous serons en mesure de relier les terrains où nous ont menés nos observations.

A, Entre IRL et virtuel

Il existe déjà une longue tradition d'études des pratiques individuelles ou sociales et de leur actualisation dans les techniques d'information et de communication. Mais au fur et à mesure que les pratiques s'ancraient dans les dispositifs (ou que ceux-ci les reproduisaient), au fur et à mesure que les usages se cristallisaient, la représentation scientifique de cette articulation a également évolué. Il est possible alors de faire une géologie de ces différentes couches : nous distinguons d'emblée deux périodes dans cette « carotte » épistémique, un premier âge où le web et le social sont opposés (on parlera de cyberespace, et on continue encore aujourd'hui à le faire) ; et

plus près de nous, l'articulation entre ces deux sphères (on parlera de communication médiatisée par ordinateur).

Dans l'ouvrage ***Les liaisons numériques***, où l'auteur Antonio A. CASILLI (2011, ***op. cit.***) s'interroge sur une nouvelle sociabilité, la première partie est consacré à cette prégnance du cyber et du virtuel dans les études scientifiques (les discours sociaux ne sont pas en reste). Ce « cybermonde qui frappe à notre porte »[824] évolue peu dans sa terminologie : il devient « cyberculture »[825], prend des proportions astronomiques quand on le compare à « l'espace »[826] et à la « galaxie »[827] mais il reste résolument « déconnecté »[828], « cybernétique »[829], séparé du « réel »[830]. Dans la foulée des « communautés virtuelles » de RHEINGOLD (1993), le terme « virtuel » semble emporter l'adhésion en France[831], même si l'on parle encore récemment de « cybersujet »[832]. Bref toute une « épithétisation »[833] qui va conduire jusqu'au web 2.0 et au préfixe *e-* de ***e-learning***, ***e-reputation***, etc., et à propos de laquelle nous devons nous méfier, tant ces préfixes sont lourd de sens :

- le cyber renvoie à la gouvernementalité permise par la technique, c'est le paradigme cybernétique assumé par les acteurs à l'origine de ce terme (le C du NSTIC) ;
- le virtuel oscille entre la promesse de vertus (ontologique : la capacitation de soi ; politique : la démocratie directe) et les affres du vertige (ontologique : l'addiction à l'immersion ; économique : les milliards dégagés par les entreprises)[834], mais aussi s'oppose frontalement au réel ;
- le 2.0 signale une amélioration substantielle et à effet immédiat en empruntant au jargon du développement informatique l'idée que le web, simple logiciel, aurait connu un bond en avant quelque part entre 2003 et 2004 ;

824 BOULLIER D., CHARTIER C., « À chacun son internet. Enquête sur les usagers ordinaires », ***Réseaux***, n°86, novembre-décembre 1997 : 159-181.
825 MORSE M., Virtualities: ***Television, Media Art, and Cyberculture***, Bloomington : Indiana University Press, 1998
826 WERTHEIM M., ***The Pearly Gates of Cyberspace: A history of Space from Dante to the internet***, Londres : Verso Press, 1999
827 CASTELLS M. ***La galaxie Internet***, Paris : Fayard, (2001), 2002
828 HAMPTON K. N., WELLMAN B., "***Netville Online and Offline***", ***American Behavioral Scientist***, vol.43, n°35, 1999 : 478-495
829 MITRA A., SCHWARTZ R. L., "***From Cyber Space to Cybernetic Space : Rethinking the Relationship between Real and Virtual Spaces***", ***Journal of Computer-Mediated Communication***, vol.7, n°1, 2001,
830 GOBY 2003, ***op.cit.***
831 DUBEY G., ***Le lien social à l'ère du virtuel***, Paris : PUF, coll. « La politique éclatée », 2001 ; GALIBERT O., « Vie et mort du Deuxième Monde. Étude critique d'une communauté virtuelle ludique », ***Les Cahiers du numérique***, vol.4, n°2, 2003 : 195-207
832 AZEMARD G., « Technologie de l'information et de la communication et nouvelles subjectivités. A l'ère du cybersujet », ***Multitudes***, n°21, 2007,
833 WOOLGAR S. (dir.), ***Virtual Society ? Technology, Cyberbole, Reality***, Oxford : Oxford University Press, 2002
834 QUÉAU P., ***Le virtuel : vertus et vertiges***, Paris : Champ Vallon, coll. Milieu, 1993

- le *e* de électronique renvoie inéluctablement à ce déterminisme technique, où les capacités offertes par l'électronique et l'informatique permettraient d'outrepasser les carences de dispositifs anciens, 1.0, trop ancré dans le réel et ingouvernables.

C'est donc ici une posture que nous ne pouvons tenir, d'une part à cause de la surdétermination offerte à la technique, et d'autre part eu égard à notre terrain, situé conjointement en ligne et hors ligne. En effet, les pratiques sociales associées aux TIC n'ont rien à voir avec le cyberespace tel que modélisé et popularisé par le *Neuromancien* de William Gibson : la réalité ne disparait pas quand on se connecte, il n'y a pas ici d'immersion globale dans cet espace.

On a pu croire de prime abord que parler d'une approche ethnographie du web[835], c'est croire que les internautes sont une ethnie à part entière, sur un territoire qui est leur est propre, déconnecté de la vie réelle. Dans le jargon du jeu (ce jeu où se situait BATESON), les joueurs distinguent ce qui passe sur le plateau de jeu ou à l'écran, et ce qui se déroule dans la vraie vie[836]. Mais parler d'une ethnographie du web, c'est croire aussi que le web peut produire autre chose que de l'hypertexte, en participant de la socialisation des internautes.

La première coupure apparaît dans la terminologie associée à l'ethnographie traditionnelle : comme le signale D. DEMAZIÈRE, sociologue du travail qui s'est intéressé aux configurations sociales dans les communautés de développement des logiciels libres[837], on parlera ainsi de « cyberethnographie »[838], de « netnographie »[839], d'« ethnographie virtuelle »[840], « digitale »[841] ou « connective »[842].

Cependant, le point commun des différentes méthodes d'observation déployées par ces auteurs est double :

- il s'agit d'une part de plonger dans un groupe, un monde social ;

---

835 MILLER D., SLATER D., *The Internet: an ethnographic approach*, Oxford : Berg, 2000

836 Parmi les syntagmes réitérés au point de participer à une culture du web, ce qu'on regroupe dans la même pratique sous le terme de mème, les rencontres dans la vraie vie sont traduites littéralement par *"in real life"*, abrégées en IRL

837 DEMAZIÈRE T. et al, « Ethnographie de terrain et relation d'enquête. Observer les "communautés" de logiciels libres », *Sociologie*, vol.2, n°2, 2011, p.165-183. Les références qui suivent proviennent de cet article et de l'ouvrage d'A. CASILLI.

838 WARD J., "*Cyber-Ethnography and the Emergence of the Virtually New Community*", *Journal of Information Technology*, vol.1, n°14, 1999 : 95-105

839 STUBBS, 1999, *op. cit.*

840 HINE C., *Virtual Ethnography*, Londres : Sage publications, 2000

841 MURTHY D., "*Digital Ethnography: an Examination of the Use of New Technologies for Social Research*", *Sociology*, vol.5, n°42, 2008 : 837-855

842 DIRKSEN V., HUIZING A., SMIT B., "*'Piling on Layers of Understanding': the Use of Connective Ethnography for the Study of (online) Work Practices*", *New Media Study*, vol.7, n°12, 2010 : 1045-1063

- d'autre part, cette immersion se fait dans la durée, le chercheur produisant au final une enquête au long cours.

Sachant que nous avons passé tout notre temps de thèse au sein de la population étudiée (de manière schématique : le jour) et sur le web (la nuit), nous pouvons considérer effectivement avoir mené un travail ethnographique, à ceci près que nous ne faisons pas la distinction entre les deux sphères observées : le soir, nous observions en ligne les commentaires du jour (produits autour et pendant les temps en formation ou entreprise), discutées à nouveau le lendemain à l'intérieur du centre de formation au sein duquel nous observions les pratiques, et ce pendant plusieurs mois, tout en associant des entretiens et discussions dans le centre ou en entreprise. Il s'agit en l'espèce d'une « ethnographie multi-située », selon l'expression de G. MARCUS[843].

Dans un contexte de mondialisation tel que le présente George MARCUS dans son article "*Ethnography in/of world system*", l'ethnographie des diasporas nécessite de se déplacer au gré des sites occupés par les migrants et d'inventer une stratégie ou un design de la recherche[844]. En investiguant les lieux de vie des sujets situés, l'ethnographe arrive à reproduire un système fait de relations et d'associations. En rapprochant ce que l'ethnographie traditionnelle opposait (le lieu de vie et le système), cette démarche relève du postmodernisme, selon MARCUS, qui trouve la même convergence dans l'hétérotopie de FOUCAULT[845], le rhizome de DELEUZE et GUATTARI[846], chez LYOTARD ou DERRIDA. Dans les sciences sociales, les dernières tendances de recherche au sein des *cultural studies*, *gender studies*, *media studies* se pratiquent de manière multi-située, en observant comment des communautés, parfois éclatées (les diasporas) manifestent leur identité dans de multiples sites (hors ligne : dans les temples, en ville ; en ligne : sur les forums, les blogs)[847]. On trouve également chez MARCUS des références à l'objet-frontière (GRIESEMER & STAR, 1989), à l'hybridation (le cyborg féministe de Donna HARAWAY[848]).

Ce dimensionnement du terrain est dorénavant au cœur des méthodes employées : « Ainsi, pour comprendre les pratiques culturelles du développement de soi mises en œuvre sur les réseaux socionumériques, une première étape consiste à analyser l'"écologie" spécifique aux connexions

---

843 MARCUS G. E., "*Ethnography in/of the World-System : The Emergence of Multi-Sited Ethnography*", n°24, *Annual Review of Anthropology*,1995, p95-117,

844 "*A strategy or design of research*", MARCUS, 1995 : 96)

845 Nous présenterons le concept d'hétérotopie dans le chapitre 6, section 1.1A

846 DELEUZE G., GUATTARI F., *Capitalisme et schizophrénie. Tome 2 : Mille-plateaux*, Paris : Minuit, 1980

847 Voir notamment *Réseaux*, vol. 1, n°159, 2010, sous la direction de DIMINESCU D., « Les migrants connectés : T.I.C., Mobilités et migrations » 1 ; TYNES, 2007, *op.cit.*

848 HARAWAY D., *op. cit.*

sociales au sein desquelles interagissent les utilisateurs, en se concentrant sur la gestion active par les utilisateurs des frontières de leur réseau social », (LIVINGSTONE, MASCHERONI & MURRU, 2011 : 90-91). Dans le but de conduire son enquête sur tout le territoire européen, Sonia LIVINGSTONE s'attache d'abord à décortiquer chaque contexte local.

Comme nous nous situons dans cette logique de montrer les associations entre les différents acteurs/niveaux/enjeux afin de représenter un environnement (à un échelon plus réduit que dans l'enquête précitée), l'ethnographie « multi-située » nous semble adaptée ; mais de plus, le ***world wide web*** se rapproche de la mondialisation, ce qui justifiait la nécessité d'adopter une posture multi-située, même si nous n'avons pas pu nous rendre dans les sites de cette mondialisation (G29, CNIL, W3C, Facebook, Google, Yahoo !, etc.). Ainsi, nous avons conduit notre recherche dans plusieurs sites d'observation :

- les entreprises d'accueil des apprentis : des multinationales (que nous présenterons section 2.2A ; disposant de plusieurs sites sur l'agglomération), des PME-PMI de la région grenobloise, des start-ups, des associations, des collectivités territoriales ;
- plusieurs centres de formation, dont l'IMT (section 2.2B), trois autres centres privés hors contrat, trois écoles supérieures de commerce, et à l'université[849] ;
- les sites du réseau URFIST, les différents lieux d'intervention[850] et tous les autres endroits où nous avons été amené à discuter avec des praticiens, des parents d'élèves, des usagers des RSN, des étudiants, des entrepreneurs, des scientifiques, des journalistes, des médiateurs qui tous, en tant que citoyen, concepteur, observateur ou utilisateur, avaient une opinion, une anecdote, une histoire, une « identité numérique » ;
- les sites web de type RSN ; ***Facebook*** semble largement dominant dans les usages, toutefois, il ne s'agit de rédiger une monographie de ce site, c'est pourquoi nous aborderons également ***Twitter***, ***Foursquare***, ***LinkedIn*** mais également les blogs, forums et autres espaces de conversation en ligne où l'on actualise, discute et critique « l'identité numérique » et les réseaux socionumériques ;

[849] ***Wesford***, ***Univéria***, ***IDRAC*** Grenoble, ***Grenoble-École de Management***, ***ESC-St-Etienne*** et ***IDRAC-Lyon***, l'Institut de la communication et des médias à Stendhal, le Centre de préparation à l'expertise comptable de l'UJF

[850] URFIST : Lyon, Nancy, Strasbourg, Paris, Bordeaux ; Université Paris-VIII, ADBS-Metz, ENSSIB-Lyon, CRDP-Besançon et Toulouse, TICE-Suisse, Université ouverte de Lyon, Bibliothèque municipale de Lyon

- les logiciels, entre ceux des réseaux socionumériques et ceux déployés en entreprise ou en centre de formation et qui stockent et manipulent des DP d'employés ou d'apprenants.

Nous verrons qu'en fonction des sites, il nous faudra adopter une méthodologie idoine : captures des données, recueil d'entretiens, carnet de bord des échanges et des navigations. À cette multiplicité des sites, il faut donc apporter une multiplicité des méthodes. Madeleine PASTINELLI le résume en un double travail en regard de la dualité du « en ligne » et du « hors ligne » :

> « D'abord pour circonscrire les pratiques de socialisation des internautes comme eux-mêmes en font l'expérience, alors qu'ils ne s'en tiennent que très rarement aux échanges en ligne et font couramment (chaque fois qu'ils le peuvent) l'expérience des rencontres « hors ligne » avec leurs interlocuteurs ; ensuite pour être en mesure de comprendre comment les pratiques et expériences de sociabilité en ligne s'inscrivent dans le contexte des existences et du quotidien hors ligne de chacun ; et, enfin, parce qu'une telle entreprise est sans doute la façon la plus sûre d'échapper aux pièges consistant à réifier un univers "virtuel" envisagé comme radicalement distinct de ce qu'il serait maintenant convenu d'appeler le "réel" »[851].

Enfin, un dernier terrain : celui qui relève de l'endotique, de celui où vit le chercheur, celui que vit le chercheur, ce que Yves WINKIN nomme « l'anthropologie domestique » [852], celui qui oblige à considérer sa propre vie privée, et les bordures et définition qu'il donne à ce domaine, à la fois comme une opportunité et comme un biais. Un travail d'introspection de la part du chercheur est alors nécessaire pour éliminer de sa construction théorique des expériences en propre qu'il aurait intellectualisé. Le rapport domestique et quotidien avec la vie privée (comme avec n'importe quel phénomène social) contribue sans aucun doute d'une part à façonner des représentations érigées en modèle (de vie ou de description), mais d'autre part, tant qu'à le considérer comme un biais, ce rapport peut aussi expliquer l'engagement dans une recherche autour de cet objet. Cette prise en compte nous conduit à envisager plusieurs perspectives : d'un point de vue méthodologique, assumer la part de subjectivité dans le constructivisme (ce que nous verrons en prémisse de la méthode immersive, dans la section 1.2) ; d'un point de vue théorique, intégrer la part de

[851] PASTINELLI M., « Habiter le temps réel : ethnographie des modalités de l'"être ensemble" dans l'espace électronique », ***Anthropologie et sociétés***, vol.30, n°2, 2006, p.199-207. Citation p.200

[852] WINKIN Y, ***Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain***, Paris : Seuil, (1996), 2001. Citation p.16

subjectivité dans l'engagement vis-à-vis d'un projet identitaire (ce que nous verrons en conclusion de la III[ème] et dernière partie).

B, Entre visibilité et invisibilité

Didier DEMAZIÈRE signale un deuxième facteur essentiel de cette ethnographie en ligne, le double rapport du chercheur avec l'invisibilité :

- pour lui, qui se cache derrière son écran ;
- mais qui se heurte aux pseudonymes de la population observée, cachant l'identité réelle, et nombre de critères sociaux, culturels, économiques.

Cette distance fait que le chercheur n'opère plus vraiment dans une ethnographie traditionnelle. Le chercheur pratique son observation à la « dérobée », comme un voleur[853]. Dès lors, le travail d'acceptation du chercheur par la communauté (qui a besoin de se faire connaître pour pouvoir s'entretenir avec les membres) est plus délicat : il doit produire tout un travail de légitimation pour que sa présence soit tolérée, ceci afin d'avoir accès à des matériaux qui se trouvent de l'autre côté de l'écran.

Mais outre le problème du pseudonyme employé dans la population observée, est aussi problématique le fait que les échanges se déroulent dans une temporalité spéciale, asynchrone, où les réponses peuvent être émises des heures, des jours après les questions, ainsi que l'existence d'une culture ou d'un référentiel commun préexistant à l'arrivée du chercheur. Eu égard à ces deux biais, nous n'avons eu aucun de ces problèmes :

- dans les premiers temps de leurs usages de *Facebook*, les apprentis s'identifiaient tous avec leur identité réelle, selon la convention alors en vigueur sur le site (pour la politique informationnelle, voir chapitre 3, section 3.3B ; pour la pratique, voir chapitre 6) ;
- l'instantanéité est de mise sur *Facebook*, d'autant plus qu'elle est facilitée par les appareils : rien de plus simple pour un apprenti que de poster un statut pendant le temps de cours. Les commentaires qui arrivent après l'événement deviennent obsolètes, et petit à petit disparaissent des pratiques. Le seul délai pour le chercheur est celui de leur accès, et de la discipline que cela oblige à avoir : aller sur *Facebook*

853 EBO B., "*Internet or Outernet*?", in EBO B. (dir.), Cyb*erghetto or Cybertopia? Race, Class and Gender on the Internet*, Westport (CT) : Praeger, 1998 : 1-12

tous les soirs pour voir ce qui s'y est dit, notamment pendant ou après son cours, ou celui d'un collègue. Pour diverses raisons, il ne nous a pas toujours été possible d'être aussi systématique[854] ; certains statuts ont ainsi été (re)lus plusieurs mois après leur publication, mais le contexte de production nous était connu ;

- à de rares occasions, les apprentis ne se connaissaient pas avant d'intégrer le BTS, ils n'avaient donc pas d'histoires communes ; nous avons partiellement eu accès à cette histoire en construction (en tant qu'observateur, mais aussi parce que nous en étions contributeur ou sujet énoncé) ;

Demeure la question de la légitimité, d'autant plus difficile à construire que nous tenons le rôle de l'enseignant dans cette communauté d'apprentis : comment tenir les deux faces ? Nous verrons que dans les faits, quelle que soit la stratégie adoptée (annoncer ou taire le dispositif et la démarche d'observation analytique), notre posture n'a pas semblé problématique aux yeux des apprentis, et elle a été encore plus facilitée par le mécanisme de mise en relation de *Facebook* : j'ai été « ami » avec mes étudiants, je le leur ai demandé et ils l'ont tous accepté (que je leur ai dit ou non la finalité de cette mise en relation). Cette simplicité apparente doit néanmoins être interrogée, d'abord en revenant sur le caractère unilatéral de la sollicitation, puis en termes de socialité. En effet, cette acceptation de la sollicitation renvoie au graphe orienté qu'essayent de construire les membres des classes sociales moyennes qui cherchent à constituer un réseau social ouvert à des individus situés dans des classes plus favorisées (selon les résultats observés par Dominique CARDON à la suite de son étude *Sociogeek*, 2009 : voir section 3.3.C du chapitre 4 : le design de la visibilité). En étant, enseignant, adulte, et dans leurs représentations membre d'une catégorie sociale plus favorisée que la leur, les apprentis ont immédiatement accepté l'offre de relation sociale que je leur proposais. La médiation de l'outil faciliterait ainsi cette reconfiguration sociale : ce résultat est évidemment biaisé par la duperie du dispositif (nous ne sommes pas vraiment « amis »), il montre néanmoins les attentes sociales à l'égard des réseaux socionumériques et les potentialités en termes de pratiques sociales.

Enfin, un aspect particulier des ethnographies présentées réside dans la finalité des communautés observées. On se souviendra que le cadre participatif de ces communautés est fortement déterminé par l'existence d'une finalité affichée (comme signalé dans le domaine du travail

[854] Il n'a pas non plus été possible d'être automatique dans cette capture : nous avons vainement tenté de développer une application au sein de la plateforme facebook qui collecterait les données à notre place. Non seulement les compétences techniques nous ont fait défaut à l'époque, mais de plus nous préférions conserver le moins d'intermédiaire entre les données et les contextes.

collaboratif assisté par ordinateur). D. DEMAZIÈRE se situe dans l'étude du travail d'organisation, d'autres auteurs sont dans la contribution à des projets encyclopédiques (LEVREL, 2006)[855], dans le partage de musique[856], dans la défense d'un genre[857] ou d'une identité collective[858], bref dans des communautés d'intérêts ou de pratiques[859]. Ainsi, approcher le web avec une démarche ethnographique permet de montrer que le web produit autre chose que des contenus : il peut servir à organiser une communauté, à la cristalliser, la défendre et l'afficher, bref à produire du social.

C, Entre l'observation sur site et le traitement des silos de données

Mener un travail en ligne d'ethnographe n'enlève rien aux méthodes classiques d'observation, d'entretiens ou de carnet de recherche : quelques biais liés à l'identité ou aux conventions indigènes viennent néanmoins se greffer à l'édifice, mais également le choix de rester sur le web, sur certains sites exclusivement, de méconnaitre la médiation des modérateurs, des concepteurs et des propriétaires[860]. Cependant la matérialité du web, la dimension technique du dispositif, son informatique permettent de générer un matériau de recherche particulier où d'autres méthodes de traitement sont compétentes : la linguistique et la statistique, finalement très proches. Dans un séminaire doctoral du GRESEC[861], Yves JEANNERET estimait ainsi que la linguistique se borne à calculer des occurrences dans un texte (il parle d'« économie scripturaire »). Ainsi, des corpus d'échanges verbaux[862] et d'actions sur les interfaces (nombre de clics ; GEORGES, 2007)

855 LEVREL J., « Wikipedia, un dispositif médiatique de publics participants », ***Réseaux***, vol. 4, n°138, 2006, p.185-218

856 BEUSCART J.-S., « Les usagers de Napster entre communauté et clientèle : construction et régulation d'un collectif sociotechnique », ***Sociologie du travail***, vol.4, n°44, 2002 : 461-480

857 WARD J., "***The Cyber-Ethnographic (Re)Construction of Two Feminist Online Communities***", ***Sociological Research Online***, vol.1, n°4, 1999

858 TYNES, 2007, ***op. cit.***

859 DAELE A., CHARLIER B. (dir.), ***Comprendre les communautés virtuelles d'enseignants : Pratiques et recherches***, Paris : l'Harmattan, 2006

860 HÉAS S., POUTRAIN V., « Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet », ***ethnographiques.org***, n°4, 2003

861 CdB, 19/09/2009

862 Alors que les travaux de Fabienne MARTIN (1996 ; 1997) s'attachent à montrer comment les concepteurs de ***groupware*** peinent à modéliser l'ordre interactionnel, ceux de Susan HERRING ***et al.*** adoptent l'analyse des réseaux sociaux pour construire une sociologie du multiculturel. HERRING S. C., PAOLILLO J. C., RAMOS-VIELBA I. ***et al.***, "***Language Networks on LiveJournal***", ***Proceedings of the Fortieth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-40)***, Los Alamitos : IEEE Press, 2007

peuvent être produits et analysés, et croisés avec le matériau ethnographique (HÉAS & POUTRAIN, 2003).

Cette approche par la linguistique formelle, la morphologie, la syntaxe, pour laquelle nous n'avons pas la compétence, et qu'il faudra pallier autrement (notamment avec la sociolinguistique de la conversation), ou son parent l'approche statistique, sont également au cœur de notre problématique, où la représentation d'une réalité individuelle ou sociale serait opérée de manière numérique, au risque d'une sociabilité elle aussi numérique. De plus, la production massive de grands jeux de données (ce que les anglo-saxons appellent ***Data Deluge***, et dans la communauté scientifique ***Big Data***) est également problématique. Certes, l'exploitation sociologique des silos de données constitués par ***Facebook*** permet par traitement informatique d'éclairer les usages et les pratiques des membres du site[863], danah BOYD et Kate CRAWFORD en signalent cependant six dangers[864] :

- il pourrait suffire d'user de méthodes automatiques pour donner corps à un terrain, une population ; pire : l'analyse fournie par ces logiciels peut exonérer la mobilisation d'autres disciplines scientifiques. En fait – c'est nous qui rajoutons –, il s'agit d'une méthode immanentiste, décontextualisée et se situant dans l'instantanéité ;
- il faudrait se satisfaire de l'objectivité toute rationnelle des algorithmes de traitement, d'autant qu'elle permettrait à la sociologie de devenir – enfin – une science dure. En vérité, nous disent les auteurs, il faudrait passer outre ce phantasme des chercheurs et craindre les faux positifs[865] ;
- il faudrait également se réjouir de l'immensité des données collectées, à comparer aux ridicules échantillons des entretiens qualitatifs, le volume devenant garant de robustesse ; pire : ces données, à l'origine souvent produites par des entreprises privées (***Facebook***, ***Twitter***) mais également relevant du domaine public (***open data***),

863 Voir par exemple les travaux publiés par l'équipe de Cameron MARLOW, sociologue au sein de la ***Facebook Data Team :*** <overstated.net/2009/03/09/maintained-relationships-on-facebook>. Dans cet article, le sociologue revient sur des résultats publiés à partir de traitements opérés dans la base de données de Facebook. Ces statistiques indiquent notamment que le nombre d'amis déclarés sur Facebook n'a que peu d'effet sur l'intensité des relations : que l'on ait 50, 150 ou plus de 500 amis, les interactions réciproques (avec les liens forts) sont toujours concentrés sur un noyau très réduit : respectivement 3, 5 et 10 personnes.

864 BOYD d. m., CRAWFORD K., "***Six Provocations for Big Data***", ***A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society***, 2011

865 L'économiste Alessandro ACQUISTI , par ailleurs spécialisé dans l'analyse des comportements déclare également : « le plus gros problème ne repose pas tant sur la violation de la vie privée que sur l'inexactitude des données extraites des techniques d'extraction ». Cité par GUILLAUD H., « Les limites de la fouille sociale de données », 14/09/11, ***InternetActu***, <www.internetactu.net/2011/09/14/les-limites-de-la-fouille-sociale-de-donnees>

sont filtrées à la source par leurs propriétaires (aussi bien dans le contenu que dans le moyen technique de puiser au sein du silo de données). En pratique, l'heuristique est séparée de l'empirée ;

- il serait possible de tracer le graphe social d'un individu et de croire qu'il s'agit de son réseau personnel ; pire : croire que la force des liens est seulement déterminée par des fréquences ou par leur articulation dans des outils. Dans la réalité, ce qui définit une interaction sociale tient autant, si ce n'est plus, de la nature affective qui unit ou oppose les individus. Dès lors, est-ce modélisable ? ;
- il suffirait que les données soient accessibles pour que le chercheur puisse les traiter, sans savoir quelle conscience les titulaires ont des conséquences de leurs publications. Non seulement les *big data* tendent à stigmatiser par une sorte d'effet Mathieu les populations ainsi traitées, mais elles exonèrent également le chercheur de toute posture éthique ;
- il faudrait oublier que seuls quelques-uns peuvent traiter de tels jeux de données : des laboratoires disposant d'une puissance de calcul informatique, d'une équipe de statisticiens, de partenariats avec les fournisseurs de données. Le risque majeur est de contribuer à une fracture numérique au sein de la communauté scientifique.

L'ethnographie multi située doit donc nous permettre d'écrire, à travers des outils comme le carnet de bord ou *via* le traitement informatique, ce qui se déroule dans les différents espaces où se mettent en scène les identités (vie privée, sphère professionnelle, espace commun). Cependant, il faudra veiller à ce que notre propre immersion dans un contexte professionnel au moment de la recherche ne devienne pas un biais, et en l'approchant de manière méthodologique nous proposons de réifier cette immersion en contexte d'abord en matériau de recherche, puis en posture, produisant ainsi le cadre singulier de notre étude sur le complexe de contextes dans lequel se médiatisent l'identité, les données personnelles et la vie privée.

1.2, Une méthodologie immersive

Construire un cadre, c'est adopter une démarche constructiviste. C'est assembler soi-même les composants du dispositif qui nous permettra de mener à bien la recherche ; c'est aussi faire preuve de réflexivité sur le choix des composants et de l'assemblage. En affirmant la singularité de cette construction, en explicitant les contraintes que nous avons choisies pour notre espace de production scientifique, nous définissons également l'espace de réception de notre recherche, cadrant le lecteur et les chercheurs.

A, La distanciation comme posture de recherche

A.1 Distance éthique entre le sujet chercheur et son identification aux enjeux

Travailler sur des dispositifs identitaires et signaler le cadre épistémique dans lequel ils agissent peut mener le chercheur à deux postures radicalement différentes, selon l'identification (freudienne selon l'analyse de B. OLLIVIER, 2007) qu'il peut développer en regard des enjeux contenus dans ces dispositifs.

Dans un cas, l'idéologie produit une représentation d'un contexte valant analyse. Cette posture peut conduire M. FOUCAULT à conclure ***Surveiller et punir*** de la sorte : « Dans cette humanité centrale et centralisée, (...), il faut entendre le grondement de la bataille », (FOUCAULT, 1975 : 360), conclusion fonctionnant comme une injonction politique à anticiper « l'insurrection qui vient »[866], voire à y participer.

Dans le cas contraire, l'analyse des contextes amène à construire une représentation des idéologies valant injonction de recherche. C'est par exemple le choix opéré par Bernard MIÈGE[867], qui conclue ainsi son ouvrage ***La Société conquise par la communication (tome III)*** :

> « La surveillance et le contrôle social renforcés que les Tic permettent dans tous les champs sociaux et particulièrement à l'occasion de l'activité du travail, et dans les lieux publics, sont encore peu reconnus et même perçus. Ceux-ci sont à mettre en rapport avec la dimension individualisante des outils dont elles sont la face cachée : la (relative) permissivité des utilisations ouvertes par les outils va de pair avec l'archivage, le suivi, la connexion de fichiers, et le cryptage. Ce sont des perspectives dont les chercheurs doivent s'emparer sans tarder, en prenant soin de ne pas les traiter à part des autres phénomènes info-communicationnels », (MIÈGE, 2007 : 217-218)

[866] Si l'ouvrage ***L'insurrection qui vient*** signé par le COMITÉ INVISIBLE, ne se réfère pas explicitement aux travaux de FOUCAULT (ou à ceux d'AGAMBEN dont ils sont encore plus proche), le ton, les thèmes, le registre d'analyse situent l'essai dans la lignée des revendications politiques poststructuralistes en vigueur dans l'espace de réception de ***Surveiller et punir***. Nous citons ici cet ouvrage, non seulement en raison de ces thématiques, de son modèle éditorial, de sa couverture médiatique (dans l'affaire de Tarnac, dont l'agenda s'inscrit dans celui de la thèse), mais parce qu'il a été signalé à plusieurs reprises par des étudiants que nous avons eu en alternance.

[867] La conclusion de B. OLLIVIER dans ***Identité et identification*** repose sur le même type d'injonction : « La compréhension et l'explication des mécanismes qui fondent les identités et les identifications sont un impératif scientifique, social et politique fondamental de notre temps. », (OLLIVIER, 2007 : 192)

La difficulté a donc été de débarrasser la recherche des aprioris de nature éthique ou sociopolitique sur les dispositifs identitaires. Mis à distance, comme l'a été l'objet « identité », les dispositifs n'en sont pas moins omniprésents : ils imprègnent notre travail à plusieurs niveaux : en tant que formateur, et donc élément d'un dispositif pédagogique, et en tant que chercheur, et concepteur d'un dispositif scientifique.

A.2 Distance pratique entre le sujet chercheur et l'objet de ses pratiques extra-scientifiques

Le deuxième rapport de distance consiste à envisager notre propre pratique d'enseignant, et d'internaute, membre de ***Facebook***, acquérant petit à petit une expertise sur ces dispositifs, et invité à nous exprimer dans des cadres très différents, tenant tantôt des discours relevant de la critique, ou de l'opérationnalité, ou de l'analyse, ou de la vulgarisation.

En effet, j'ai entamé la rédaction d'un blog, renommé plus tard carnet de recherche en ligne, et intitulé « les identités numériques »[868]. J'ai ouvert un compte ***Twitter*** (***@artxtra***), un autre sur ***LinkedIn***, j'ai alimenté une cellule de veille sur la thématique des réseaux sociaux et de l'identité numérique. Petit à petit, je me suis inscrit dans un réseau de blogueurs et d'« experts », que j'ai rencontré dans divers événements, avec lesquels j'ai rédigé soit des articles de vulgarisation, soit des articles scientifiques[869]. Parallèlement, j'ai proposé à certains centres de formation (structures universitaires et écoles de management[870]) des modules relatifs à la construction d'une identité numérique professionnelle et aux stratégies de présence à mener afin de saisir des opportunités professionnelles. J'ai partagé en ligne les supports de formation[871]. Cet ensemble d'interventions, de rencontres, de publications a permis de m'apporter une certaine visibilité (une « e-reputation »), qui a donné lieu à de nombreuses sollicitations (animation d'ateliers, de conférences, de rédactions d'articles de vulgarisation, d'interview dans la presse, mais aussi appel à consultation de la part d'entrepreneurs ou d'experts mandatés par des organismes nationaux, voire internationaux). Dès lors, se posait la question de savoir à quel titre s'effectuaient les prises de parole dans ces événements : était-ce le blogueur d'***identites-numeriques.net***, le pseudo ***@artxtra***, le chercheur, l'expert, le consultant qui était invité ? L'hybridation des identités était-elle recevable par les personnes présentes, voire même souhaitée par les organisateurs ? Cette « gestion des faces » a

868 <www.identites-numeriques.net>
869 Annexe 16
870 Annexe 17
871 Les diaporamas sont accessibles à l'adresse suivante : <www.slideshare.net/idnum>

évidemment été problématique, mais la réflexion – dans tous les sens du terme – qui en a découlé a nourri la thèse : quelle objectivation un chercheur peut-il fournir quand il est lui-même l'objet – partiel – de sa recherche ? Dans quelles mesures se confondaient catégorie de pratique et catégorie d'analyse ?

A.3 Distance méthodologique par l'investissement dans le quantitatif

Au fil de la thèse ont été produits de nombreux entretiens, parfois informels. Des données à ranger dans la catégorie du 'qualitatif'. Néanmoins, les entretiens collectifs ou individuels menés auprès des apprentis ont aussi été accompagnés par des données : du 'quantitatif', des petits sondages à main levée pour savoir qui était inscrit à *Facebook*, *Twitter* ; qui avait déjà été « tagué » dans une photo, qui avait souffert d'une mauvaise action en ligne (usurpation, ragot, harcèlement, etc.). Une fois achevée l'observation de cette population, il a fallu la comparer aux pratiques et usages, ainsi qu'à la représentation des enjeux d'autres populations (par tranche d'âge, avec d'autres étudiants, d'autres salariés, d'autres secteurs d'activités). Pour ce faire, un questionnaire a été mis en ligne avec près de 500 réponses exploitables (section 2.1C). On est loin des grands jeux de données manipulés aujourd'hui dans les SHS (*Big Data*), mais les questions épistémologiques que soulève cette tendance s'appliquent, dans une moindre mesure, à la collecte de données (parfois personnelles) qui a été réalisée ici. Ces questions font écho à ce que BOYD & CRAWFORD (2012) pointaient du doigt dans la section précédente. Les inférences nées de l'exploration de ces jeux de données exonèrent-elles la formulation *ex ante* d'hypothèses ? De même, la robustesse des outils de calcul peut-elle conduire à ranger ces données dans la catégorie du qualitatif, réduisant dès lors la portée des entretiens ? Ces derniers ne sont-ils d'ailleurs pas autre chose que du calcul d'occurrences ? Dans quelles mesures l'adoption d'une méthodologie quantitativiste et calculatoire relance-t-elle dans l'affirmation plus générale du paradigme algorithmique et cybernétique ? En prenant les choses à revers, cette dichotomie entre « quali » et « quanti » est-elle toujours pertinente ? D'autres méthodes sont-elles possibles ?

La mise à distance, si elle est le moyen et la fin de l'objectivation, produit par nature une mise à l'écart du chercheur par rapport à la réalité qu'il entend observer. Que sa position soit en surplomb ou à côté, elle devient problématique quand l'objet requiert une approche pragmatique, c'est-à-dire en l'occurrence quand le chercheur doit être au plus près du contexte, au sein des espaces de production et réception de l'identité, des données personnelles et de la vie privée. De plus, la distance à laquelle nous invite la tradition scientifique ne correspond pas à la situation que nous avons vécue en tant que chercheur. En présentant la « méthodologie immersive » telle que la conçoit B. ANDRIEU, pour qui le chercheur ne peut ni de doit se défaire de sa singularité, nous

entendons ainsi inverser le rapport de convenance avec le terrain et la population que nous avons côtoyés en reconstruisant, à partir de cette opportunité, notre cadre de recherche.

B, La construction d'un cadre singulier

B.1 Le constructivisme radical de la recherche

Se fondant au départ sur les écrits du philosophe Giambattista VITO (selon lui fondateur du constructivisme dès le XVII[ème]), VON GLASERSFELD[872] s'inspire essentiellement de l'« épistémologie génétique » telle que fondée par Jean PIAGET[873]. Les théories du psychologue, si elles s'appliquent de manière première à l'apprentissage chez les jeunes enfants, sont aussi pertinentes pour VON GLASERSFELD dans la construction des connaissances, c'est pourquoi il parle de « constructivisme radical »[874] :

> « Une telle radicalisation témoigne d'une rupture avec la notion traditionnelle selon laquelle toute connaissance humaine devrait ou pourrait s'approcher d'une représentation plus ou moins "vraie" d'une réalité indépendante ou "ontologique". À la place de cette notion de représentation, le constructivisme radical introduit une nouvelle relation, plus tangible, entre connaissance et réalité, relation que j'ai appelée « viabilité ». Pour expliquer la notion de viabilité, disons simplement qu'on jugera « viable » une action, une opération, une structure conceptuelle ou même une théorie tant et aussi longtemps qu'elles servent à l'accomplissement d'une tâche ou encore à l'atteinte du but que l'on a choisi. Ainsi, au lieu de prétendre que la connaissance puisse représenter un monde au-delà de notre expérience, toute connaissance sera considérée comme un outil dans le domaine de l'expérience »[875]

872 Collègue de WATZLAWICK, co-auteur de *L'invention de la réalité*, rattaché de loin au Collège invisible et à l'école de Palo Alto

873 Voir Chapitre 4, section 1.1A

874 VON GLASERSFELD E., « L'approche constructiviste : vers une théorie des représentations », ***Séminaire sur la représentation***, 21 novembre 1985, n°7 (revu par l'auteur en mars 2008), Montréal : CIRADE, (1985), 2008, 7 pages

875 VON GLASERSFELD E., « Pourquoi le constructivisme doit-il être radical ? », in MASCIOTRA D. (dir.), ***Constructivisme, Choix contemporains, Hommage à Ernst von Glasersfeld***, Sainte-Foy : Presses de l'université de Québec, 2004, p.145-154,

Cette précision vaut autant pour les faits sociaux que nous observerons auprès des acteurs que pour les résultats scientifiques que nous en tirerons, notre immersion ne sera valable que pour faire ressortir et pour pénétrer le cadre privatif d'un groupe d'usagers. Mais cette construction doit aussi beaucoup à ce qui fait la personnalité du chercheur, à ce qui dans son « domaine d'expérience » l'a amené à devenir chercheur, ce qui fait la personnalité de sa recherche, sa singularité. De manière phénoménologique, ce sont bien nos expériences qui construisent nos connaissances. Ces éléments sont tout aussi éclairant pour la compréhension du constructivisme opérant dans les modèles conceptuels de l'informatique social. Nous pourrions aussi dire que le logiciel scientifique est basé sur un modèle conceptuel : dès lors, le constructivisme radical de la recherche est une forme de privatisation des connaissances.

Tel est le sujet de thèse en sociologie soutenue par Magali UHL[876] et repris plus tard dans son ouvrage[877] :

> « Toute thèse est fondamentalement une position prise par un sujet. Toute thèse est donc subjective, y compris lorsqu'elle se réclame de l'objectivité. Tout sujet de thèse est constitué "par des conditions sociales, des identités culturelles ou des caractéristiques psychologiques" »[878]

Le chercheur est donc à la fois un sujet assujetti à son objet de recherche et subjectivement autonome pour l'objectiver. Cette subjectivité serait même la cause de la démarche scientifique empruntée par le chercheur, et il devrait, dans le cadre de sa démarche critique, expliquer la façon dont « il se fait des idées », estime Fabien GRANJON, en reprenant ce qu'avant lui Max HORKHEIMER attendait comme préambule d'un chercheur : « les raisons pour lesquelles il pense précisément cela et non autre chose, pour lesquelles il s'occupe avec passion de telle chose et non de telle autre »[879].

Néanmoins, s'il fallait rassurer le lecteur qui pourrait craindre un long paragraphe empreint de pathos, nous ne nous étalerons pas sur nos « caractéristiques psychologiques »[880]. Les deux autres mentions soulignées par Magali UHL nous semblent plus pertinentes et opportunes :

---

876 UHL M., *À l'épreuve du sujet. Éléments de métasociologie de la recherche*, thèse de doctorat en sociologie, sous la direction d'A. Gras et la présidence d'E. Morin, Paris : Paris-8, soutenue publiquement le 16/12/ 2000

877 UHL M., *La connaissance incarnée*. Perspective psychologique, Paris : Beauchesne, 2005

878 UHL, 2005 : 183-184, cité par Andrieu, 2011 : 29

879 HORKHEIMER M., *Théorie critique*, Paris : Payot, 2009. Cité par GRANJON F., 2012 : 16, *op. cit.*

880 En exergue de ce chapitre, nous citions Friedrich NIETZSCHE, qui soulevait le problème du chercheur ignare de lui-même. La question est posée de savoir s'il faut faire cette recherche, et s'il faut la faire ici, et ce qu'elle

- « l'identité culturelle » sera utile quand il faudra présenter notre « immersion » dans la population observée (section 2.2a) ;
- la présentation des « conditions sociales » le sera également pour éclairer les contraintes de l'espace de production de sens qu'a eu à vivre cette population (2.2b).

B.2 Une recherche en sympathie avec le contexte

Nous présenterons en détail l'ensemble du dispositif d'observation et d'enquête mis en place afin de collecter des données sur les phénomènes étudiés et de valider mes hypothèses. (section 2.1, en page 353) Cette construction repose sur différents éléments : dans un premier lieu, s'agissant d'identité numérique et de réseaux socionumériques, nous avons mis en place un système de capture (manuelle) des productions éditoriales des membres de la population d'apprentis. Autrement dit, nous avons sauvegardé sur disque dur les profils, les photos, les statuts, les commentaires et toutes formes de présentation de soi et d'interactions médiatisées par le web. Dit autrement encore une fois, j'ai espionné mes étudiants, reposant la question de cette publicité de la vie privée, du voyeurisme que cela entraîne dans le champ de la réception. Dans quelles mesures n'étais-je pas, moi aussi, un avatar de *big brother* ? En repartant de la différenciation entre surveillance, axiologique, et capture, agnostique (AGRE, 2001), nous pourrions nous dédouaner de toute question morale.

La capture produit un rapport à l'objet lui aussi polémique en ce qu'il reproduit par objectivation une certaine chosification (le chercheur extrait d'une population un « matériau » de recherche) que nous retrouvons à la fois dans la psychogenèse, la modélisation informatique et les logiques managériales. Cependant, il n'est pas aussi distant qu'il le laisse à penser, ou, à tout le moins, cette distance produit une faible valeur heuristique. En effet, l'essentiel (l'essence) des productions en ligne est relié à des événements et une histoire conversationnelle qui se nourrissent hors ligne, et qui en retour alimentent les interactions en face à face (la capture seule est sans intérêt). Ce retour au concret, cette distance au virtuel, qui en soi est un éloignement, est indispensable pour comprendre la teneur des écrits d'écran. Nous verrons qu'il y a une forme de cryptographie dans ces écrits, que seule permet de déchiffrer une immersion dans la vie sociale des apprentis. Nous ne prétendons pas bien sûr que cette immersion soit totale, ni qu'il nous a été possible de décrypter tous les messages (qu'on me donnait à voir) mais cette immersion s'est quand même déroulée pleinement dans au moins un espace social : le centre de formation ; partiellement dans un autre :

---

apporterait au chercheur, et surtout à ses lecteurs. Le philosophe allemand notait que tout savant pratique naturellement « l'idiosyncrasie », et que l'étude de cette singularité mènerait irrémédiablement à la découverte de sa vie privée. NIETZSCHE F., 1887, *op. cit.* p.345-346, cité par ANDRIEU, 2011 : 49

l'entreprise (*via* des visites *in situ*, des comptes-rendus et des échanges) ; et de manière anecdotique, parfois par rebond[881], dans la vie privée.

Nous sommes loin de l'observation participante des ethnographes, principalement du fait que notre présence dans le milieu a précédé notre envie de le placer sous une focale scientifique. De même, pour être caractéristique de l'observation participante, il nous aurait fallu être apprenti en BTS, ce qui produit là une différence fondamentale. Certains points cependant se rapprochent de cette observation participante déjà modélisée : nous procédons avec le double risque d'objectiver les individus comme de surplomber le terrain. Pour résoudre le premier point, il s'agit de faire rencontrer « la sensibilité du chercheur et l'expérience du participant à la recherche »[882] ; il s'agit de construire « un dialogue ouvert et constant avec les participants, lesquels ne sont pas abordés comme les "objets" d'une analyse savante, mais bien d'abord comme les "sujets" de leur propre existence, s'affairant eux aussi à interpréter leurs pratiques et leurs univers et à leur donner sens » (PASTINELLI, 2006 : 201). Pour le deuxième point, il s'agit justement de se méfier de la « tentation du surplomb », au sujet de laquelle nous alertait déjà Gabriel TARDE, repris par Isaac JOSEPH (dans sa préface à la réédition des ***Lois sociales***[883]), sociologue français, promoteur et traducteur de l'école de Chicago et des travaux de GOFFMAN. Redescendre, c'est comprendre que « le terrain est humain », que « l'enquêté est à la fois objet et sujet » ; il s'agit enfin d'associer « d'une part, détachement et objectivation à l'égard de l'objet de l'enquête ; d'autre part, participation et sympathie à l'égard du sujet enquêté »[884].

Or, qu'impose cet appel à la « sympathie », à la « sensibilité du chercheur », quand elle doit s'appliquer « à l'égard du sujet enquêté » ?

Dans un premier temps, la sensibilité du chercheur renvoie à ce que disait NIETZSCHE en exergue, invitant le chercheur à une autoréflexivité, à sonder sa subjectivité. C'est là un exercice difficile, d'autant plus quand – en-dehors de cette démarche – le travail porte sur l'identité. Il conviendrait alors d'enquêter sa propre identité avant d'aller interroger celle des autres.

---

881 Je tiens à signaler que mon épouse est la professeure principale d'une filière (les assistants de manager) et enseignante dans une autre (les assistants de gestion). C'est aussi – surtout – par son biais que j'ai pu récupérer des informations personnelles. Il est évident, dans un microcosme pareil, que le lien qui nous unit est connu des étudiant-e-s, et donc qu'ils savent que les confidences livrées à mon épouse peuvent arriver à mes oreilles. Cela repose néanmoins la question de la confiance dans la relation qui se noue autour de la livraison d'informations relevant de la vie privée.

882 MUCCHIELLI A., PAILLÉ P., ***L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales***, Paris : Armand Colin, 2005

883 TARDE G., ***Œuvres, tome 1, vol. 2, Les Lois sociales***, Paris : Les empêcheurs de tourner en rond, (1898), 2003

884 MORIN E., ***Sociologie***, Paris : Fayard, 1984, 464 pages , p.222-223

Cette difficulté, Bernard ANDRIEU l'a déjà rencontrée sur le corps. Nous reprenons ici des passages de son ouvrage : ***Le corps du chercheur. Une méthodologie immersive*** (ANDRIEU, 2011).

Le philosophe part du constat historique de la place que les savants accordent à leur corps dans leur recherche (toute discipline confondue) :

> « Luttant contre son corps et doutant de ce qui perturberait l'intuition intellectuelle, il conviendrait de s'éloigner de la sensation et de l'imagination. La validité d'une production scientifique, son objectivité voire son universalité apparaissent chez certains épistémologues de l'esprit comme proportionnelles à son degré de désincarnation. », (p.14).

De même, le chercheur devrait effacer son identité (ce qui le catégorise) dans sa production scientifique : ne pas prendre sa catégorie de pratique pour une catégorie d'analyse. Or c'est là chose impossible, d'abord parce « le chercheur ne peut s'apercevoir de l'ancrage somatique de sa subjectivité », (p.16) ; ensuite parce que nous ne pouvons abstraire notre corps dans notre rapport à l'autre : « Parvient-on jamais à se cacher de son corps pour rechercher le corps d'autrui ? », (p.18 ; ici par exemple, remplacer « corps » par « identité » : ne parvient-on jamais à se cacher de son identité pour rechercher l'identité d'autrui ?). L'extrait d'interview de l'artiste américain Gary HILL qui se retrouve en exergue de l'ouvrage de B. ANDRIEU : « le corps est un matériau central dans mon travail puisqu'il est toujours avec moi »[885] peut se prêter au même jeu du changement de syntagme, et nous pouvons déclarer à sa suite que « l'identité est un matériau central dans mon travail puisqu'elle est toujours avec moi ». Et si l'identité du chercheur se retrouve dans ses travaux, il convient d'admettre également que « toute recherche révèle le corps [l'identité] du chercheur, ses origines, sa classe sociale, son niveau de langue, son genre, ses habitus... le savoir ne suffisant pas à occulter la place du sujet dans son discours. Ou plutôt tout savoir est un mode d'objectivation de la position subjective du savant, car l'autonomie du discours est relative à la filiation et à la construction des savoirs. Le sujet traverse le savant qui ne peut produire du savoir indépendamment de ses intérêts, de sa santé, de sa perception ou de sa position dans le monde » (ANDRIEU, 2007 : 49).

Dans un deuxième temps, la « sympathie à l'égard du sujet enquêté » est, en accord avec la sociologue Eva ILLOUZ, la clé de lecture d'une communication empreinte d'affectivité.

[885] HILL, 2007, cité par ANDRIEU, op.cit. : 13

> « À travers les sentiments, nous mettons en jeu les définitions culturelles de la personne telles qu'elles s'expriment dans des relations concrètes et immédiates, mais toujours culturellement et socialement définies. Je dirai donc que les sentiments constituent un mélange étroit de contenus culturels et de relations sociales et que c'est ce mélange qui leur confère leur caractère énergique et non réfléchi, souvent à demi conscient. Les sentiments sont des aspects profondément internalisés et non réfléchis de l'action, non pas parce qu'ils ne contiennent pas de culture ou qu'ils en contiennent peu, mais au contraire parce qu'ils en contiennent trop. *C'est pourquoi une sociologie herméneutique qui veut comprendre l'action sociale "de l'intérieur" ne peut le faire correctement sans s'intéresser à la couleur émotionnelle des actions et à ce qui les provoque* », (ILLOUZ, 2006 : 15, *op. cit.* ; *nous soulignons*)

Enfin, cette méthodologie immersive nous emble d'autant plus pertinente que ceux auprès de qui nous allons nous immerger sont eux-mêmes immergés dans les dispositifs que nous étudions. Même si cette immersion a surtout été étudiée dans le domaine du jeu vidéo ou des communautés[886], il nous semble qu'il est possible d'opérer un recentrement sur le sujet :

> « La puissance d'immersion des passions personnelles est bien connue mais elle est démultipliée dès lors que le Web met en relation tous ces passionnés pour leur permettre de socialiser ce qui apparaissait comme une marque de singularité mais aussi d'isolement », (BOULLIER, 2008)

Comme nous le verrons, les apprentis contiennent trop d'émotions : pour comprendre comment ils en déversent le trop plein dans les dispositifs de communication médiatisée par ordinateur, il nous faut être à l'intérieur, à la fois du dispositif et des contextes, des espace de production et de réception. C'est en quoi la « méthodologie immersive » nous semble la seule à même de produire une « sociologie herméneutique » : nous pensons même que la couleur émotionnelle des actions est la teinte primaire de l'espace anecdotique (chapitre 7) et qu'en cela elle conditionne les modalités de régulation du cadre privatif et la confiance dans le tiers-opérateur (chapitre 8).

[886] BOULLIER D., « Le web immersif », *Quaderni*, n°66, 2008

B.3 Le Je et le Nous de l'écriture de recherche

Ici se pose alors une question de méthode relative à l'écriture de la thèse, paraphrasant ce que J.-P. OLIVIER DE SARDAN appelle le « "je" méthodologique »[887] : si l'on adopte le statut d'une immersion radicale telle que l'exprime B. ANDRIEU, il nous faudrait écrire ce texte à la première personne. Mais cette singularité nous semble difficile à tenir tout le long, non pas par habitude scolaire où l'on soutient que la forme impersonnelle est la seule recevable dans un écrit argumenté (sauf dans l'écriture personnelle au BTS, nous y reviendrons), mais parce que cette singularité ne nous permettrait pas de distinguer les différents niveaux d'objectivation dont nous avons fait preuve pendant la recherche. Ainsi, des éléments proviennent exclusivement des expériences sur le terrain de la formation, d'autres sont des intuitions de chercheur ; certains éléments relèvent purement de l'analyse, tandis que d'autres appartiennent à des formulations rhétoriques. Nous avons donc décidé d'écrire pour partie en « Je », pour partie en « nous » :

- un « nous » épistémologique et méthodologique ;
- un « je » épistémique et expérientiel ;

Le premier désigne tout ce qui contribue à construire des connaissances par une méthode analytique ; le deuxième signale les connaissances construites par l'expérience. Mais alors, si le chercheur engage sa subjectivité dans sa recherche – étant entendu qu'il ne peut s'en défaire, et recommandant même de la revendiquer – et si cette subjectivité se retrouve dans l'écriture, le mémoire de thèse se situe-t-il dans le registre du narratif, ou dans celui du discours ? Dans quelles mesures cet écrit relève-t-il d'une forme de '*storytelling*' de la recherche ? Est-ce une dérive d'avoir trop parlé, en formation, de marketing de la recherche et du chercheur ? Ou bien est-ce une tendance émergente dans la production scientifique qui viendrait corroborer des pratiques autoréflexives[888] ou cette extimité qu'on observe chez les adolescents ?

Pour tenter de répondre à cette question, nous proposons de retourner chapitre 1, aux rites de BATESON, à son « message-cadre » devenu « cadre » chez GOFFMAN, puis FLICHY (et REBILLARD,

[887] OLIVIER DE SARDAN J.-P., « Le "je" méthodologique. Implication et explicitation dans l'enquête de terrain », ***Revue française de sociologie***, vol.41, n°3, 2000, p.417-455. Cité par ANDRIEU, 2011 : 17

[888] Le carnet de recherche en ligne (***scholarly blog***) est d'ailleurs un outil participant de cette réflexivité : objet émergent, il donne lieu à des analyses sur le site collectif ***Espaces réflexifs. Écrire publiquement*** <reflexivites.hypotheses.org>, hébergé par la plateforme de blogging scientifique ***hypothese.org*** (un partenariat CNRS/Université Aix-Marseille et CLEO, Centre de l'édition ouverte). L'un des auteures du collectif, Mélodie Faury, a soutenu sa thèse en SIC intitulée ***Parcours de chercheurs. De la pratique de recherche à un discours sur la science : quel rapport identitaire et culturel aux sciences ?***, sous la direction de Joëlle LE MAREC, septembre 2012, ENS Lyon.

convoquant ici ELIAS ; dont la « configuration » rappelle à N. HEINICH les « structures » de LÉVI-STRAUSS ou les « champs » de BOURDIEU) et aux « espaces de communication » et aux « modes » de Roger ODIN. Si le jeu, par le métamessage qui l'encadre, opère dans le mode fictionnalisant et si la thèse est un rite[889], est-il encore adéquat de considérer qu'elle opère sans fictionnalité ? À partir du moment où l'auteur engage qui sa corporéité (ANDRIEU), qui sa subjectivité (UHL), à partir du moment où le chercheur est « interrogeable en termes d'identité » pour reprendre le modèle de R. ODIN, alors la thèse opérant en mode fictionnalisant, c'est-à-dire que le niveau discursif laisse la place au niveau narratif, et que la thèse, comme n'importe quelle production scientifique, n'agit plus comme un discours seul, mais peut également contenir des formes de récit. Celles-ci se retrouveront dans le carnet de bord ou parmi les sections qui viennent.

2. Méthodes d'observation en situation multiple

À la manière de l'objet filmique qui inspire à GOFFMAN ou ODIN le concept de cadre, si la thèse est susceptible de cadrer des phénomènes sociaux, et si le cadre fourni par le chercheur est susceptible d'apporter un éclairage sur des scènes, il convient également de présenter ces scènes, ces endroits, ces espaces sociaux. Au pluriel. D'abord parce que la vie privée comme contexte est affaire d'espace caduque, mais également parce qu'aujourd'hui, plus qu'avant, ces contextes tendent à se reconfigurer du fait de leur instanciation par des dispositifs sociotechniques : les médias, les *mass media*, le téléphone, Internet créent un espace de production et de réception à l'intérieur du foyer, au plus proche des individus, parfois dans leur poche, dans leur main, parfois en entreprise, dans la rue, à un endroit qui n'est plus dans la sphère privée, ni dans la sphère publique, mais où des fragments de la vie privée peuvent être communiqués, en catimini, ou lu par le plus grand nombre. C'est à ces endroits là qu'il faut se poster, c'est autour d'eux qu'il faut construire le dispositif de recherche, c'est au sein d'eux qu'il faut adopter une méthodologie immersive. Mais en prenant garde, comme un scaphandrier, de ne pas se couper de la surface, de ne pas croire que « s'immonder », pour reprendre le terme de Bernard ANDRIEU, c'est oublier son monde, et que les lois physiques qui le conditionnent déterminent également le monde où on

[889] DARDY C., « Le rapport de pré-soutenance », *Lettre de l'Association des Sociologues Enseignants du Supérieur*, n°32, 2002

s'aventure. Ne pas oublier que le virtuel a ses deux pieds ancrés dans le réel, ne pas oublier d'être un chercheur avec « des semelles de plomb »[890].

2.1, Le dispositif d'enquête : présentation et retour critique

Avant de présenter le « complexe de contextes » dans lequel se situe une population qui pour nous, au-delà l'opportunité que nous avons eu à la côtoyer, incarne « une figure du sujet contemporain », une figure que nous aurons aussi à définir, nous présentons le dispositif d'enquête qui nous a permis de collecter les observables sur lesquels portera notre analyse. Ce dispositif repose sur trois éléments majeurs : la description du cadre transformé par l'immersion, le système de capture et le questionnaire administré en ligne.

A, Le cadre transformé

A.1 L'activité de formation

Depuis septembre 2002, je suis formateur vacataire au sein de l'IMT : j'ai commencé à enseigner auprès des BTS AM et AG la culture générale et l'expression[891], la gestion des systèmes d'information, la bureautique, les méthodes de communication et d'administration, et j'ai accompagné la préparation aux épreuves professionnelles (projet réalisé en entreprise et réalisation de cas pratiques en formation)[892], toute matière en lien avec une opérationnalisation des informations en contexte professionnel (y compris les techniques de recherche d'emploi). Travaillant essentiellement en « Culture générale et expression » et dans toutes les matières requérant des manipulations informatiques, c'est à l'occasion de ces cours qu'il m'a été donné de discuter et observer des pratiques, usages et représentations de questions sociétales, et notamment informationnelles-communicationnelles.

890 BOUGNOUX D., « Les SIC complémentaires de la philosophie ? », *Cahiers de la SFSIC*, n°3, juin 2008, p.11
891 Le référentiel de l'épreuve est accessible à l'adresse suivante : <education.gouv.fr/bo/2005/7/MENS040281 2A.htm>
892 Les référentiels des épreuves sont accessible aux adresses suivantes : <sup.adc.education.fr/btslst/referentiel/ BTS_assistant_manager.pdf> et <crcom.ac-versailles.fr/IMG/pdf/BTS_assistant_gestion_PME_PMI-6.pdf>

À la rentrée 2005 est entrée en application la réforme de l'épreuve de « Français » en BTS[893] : une réforme à deux niveaux. D'une part, il s'agit d'une épreuve unique, commune à tous les candidats du BTS. Auparavant, les sujets d'examen étaient différents selon les filières en BTS (Commerce, Administratif, Industriel, Agricole ou Artistique). Désormais, tous les candidats de toutes les filières composent sur un même sujet le même jour, au niveau national. D'autre part, ce sujet aborde l'un des deux thèmes travaillés pendant la deuxième année du BTS. Cette notion de « thème », hormis qu'elle change en substance le travail de préparation du formateur[894], motive aussi le changement de nom de l'épreuve (et du cours) : on ne parle plus de « Français », mais de « Culture générale et expression ». L'idée est que, post-bac, les candidats savent déjà s'exprimer en français[895], mais qu'il leur manque les outils méthodologiques pour analyser et restituer un corpus de documents d'un côté, et investiguer/problématiser un champ socioculturel de l'autre côté.

> Extrait de l'annexe I de l'arrêté du 17/01/2005 :
>
> « créer une culture commune chez des étudiants arrivant d'horizons scolaires variés ;
> développer la curiosité des étudiants dans le sens d'une culture générale ouverte sur les problèmes du monde contemporain (questions de société, de politique, d'éthique, d'esthétique) ;
> développer le sens de la réflexion ».

Aussi, en prétextant l'étude d'un « thème », le candidat doit acquérir aussi bien les notions fondamentales de ce thème (ce qui pour le coup produit une culture générale focalisée) que des méthodes transposables dans d'autres matières, dans le cursus ultérieur et dans les missions en entreprise.

Cet aspect est d'ailleurs partiellement à l'origine de la réforme de l'épreuve. Ce sont les syndicats professionnels qui ont demandé au Ministère de l'Éducation une refonte de cette épreuve, afin que les futurs salariés non seulement sachent réaliser des notes de synthèse, mais disposent également d'une culture générale qui leur semble faire défaut lors des discussions informelles en entreprise.

---

893 <www.education.gouv.fr/bo/2005/7/MENS0402812A.htm>

894 À ce sujet, voir les archives de la liste de diffusion professionnelle BTS-Weblettres, <listes.weblettres.net/wws/arc/bts/2005-02/>, dans laquelle s'expriment conjointement enseignants et inspecteurs

895 Dans les faits, après 10 ans de lecture de copies, il s'agit pour la plupart d'un français approximatif que le « programme » ne nous permet pas de corriger, ni de sanctionner (à hauteur maximum de 20 fautes par copie, soit deux points de pénalité), livrant alors dans l'âge adulte et sur le marché du travail des techniciens inaptes à produire des phrases intelligibles, ce qui est un comble pour des métiers de secrétariat administratif ou commercial.

Dans le document d'accompagnement de la réforme[896], au chapitre « Enseignement de 'culture générale et expression' : définition d'une identité disciplinaire »[897], on peut lire une anecdote qui illustre le ressenti en entreprise, et les besoins :

> « Lorsque le jeune technicien supérieur tout juste diplômé reste isolé, voire est ridiculisé 'autour de la machine à café' parce qu'il ne parle pas comme ses collègues ; il parle comme il a toujours parlé avec ses pairs, sans avoir compris qu'il y a des codes, et que ces codes sont générationnels, sociaux, géographiques, politiques, etc. Ces témoignages divers rappellent que le monde du travail n'est pas tendre, que le jugement est très rapide du supérieur au subordonné ('Incapable de présenter correctement un projet, incapable de défendre une idée devant un concurrent, incapable de rapporter clairement les éléments d'une discussion'), mais également des subordonnés vis à vis du jeune diplômé qui doit se faire reconnaître. Cette fois, l'enjeu d'une bonne maîtrise de l'expression, ce n'est plus un ou deux points en moins sur une copie».
>
> Document d'accompagnement, Académie d'Amiens, 2005

La volonté affichée est de dépasser les routines d'expression écrite pour mieux transmettre aux futurs salariés, des techniciens, les outils d'une meilleure socialisation en contexte professionnelle. L'une de nos hypothèses est que ces codes, loin d'être perturbé par les réseaux socionumériques, seraient par eux également reproduits : l'enseignement professionnel y contribuera aussi grandement (section 2.3).

Pour l'heure, cette volonté d'avoir des salariés cultivés se traduit dans cette réforme par l'addition des thèmes et d'une épreuve particulière intitulée « écriture personnelle ». Il s'agit pour le candidat de produire une argumentation raisonnée qui s'appuierait à la fois sur les éléments notionnels et les références culturelles vus dans l'année, sur des éléments de culture et d'expériences propres au candidat (sa culture personnelle) et sur une trame argumentative suffisamment robuste. Comme l'indique le document d'accompagnement : « On vérifie que les candidats sont capables de mener

---

[896] Voir le document d'accompagnement fourni par Eduscol, site ressource de l'Éducation nationale, <lettres.ac-amiens.fr/archives_lettres/bts/BTS_interacademiques2005-2006.pdf>. Notons que dans ce document, l'un des thèmes de travail concerne « l'identité : moi et les autres ».

[897] On notera le souhait de construire une identité nouvelle pour un corps professoral enseignant traditionnellement en Français, fournissant ainsi des éléments de langage pour légitimer la réforme et la faire accepter par les directions pédagogiques d'établissement, les autres collègues et les étudiants candidats. Nous sommes typiquement dans le genre de pratiques que dénonçait BRUBAKER, « Au-delà de l'identité », 2001, *op. cit.* chapitre 4, section 2.1 et « L'instrumentalisation de l'identité dans les enjeux de revendication »

un parcours dialogique qui dépasse le simple point de vue individuel et intime, en proposant une articulation entre la réflexion ouverte par la question posée, les documents proposés en synthèse et le travail de l'année ». Nous prenons note de l'appel à baser le travail de réflexion sur ce qui appartient à l'individuel et l'intime, à transcender par une argumentation étayée. Il s'agit, selon notre approche, de s'engager dans un processus argumentatif motivé et rationalisé par des éléments affectifs[898].

Depuis la mise en place de la réforme, les thèmes suivants ont été abordés [899] : « la fête et sa dimension collective », « risques et progrès », « faire voir : quoi ? Comment ? Pour quoi ? », « le détour », « génération(s) », « rire : pour quoi faire ? ». Soit c'est une interprétation personnelle (herméneutique constructiviste), soit c'est un choix délibéré de la part des commissions de composition des thèmes, mais dans l'ensemble on note dans les sujets proposés une invitation à interroger la modernité, à jeter un regard bienveillant sur des comportements transgressant les codes sociaux[900], ou à tout le moins on essaye de réinjecter dans des lectures un peu normées de la réalité sociale des directions alternatives : ainsi, peut-on retrouver la dimension dionysiaque de la fête (***versus*** apollonienne, avec des références à Roger Caillois ou René Girard), un regard particulièrement critique de la société de progrès (devenant société du risque, telle que la conçoit Ulrich Beck), une dénonciation de la médiatisation et de la manipulation par les images (qui emprunte à Barthes et Baudrillard), un appel à la lenteur et à une certaine écologie (avec des lectures de Virilio ou Kundera), une revendication de la génération Y et des bienfaits du lien filial, et les aspects sérieux du rire (avec une redécouverte pour cette cohorte de candidats d'humoristes tels que Coluche ou Pierre Desproges). Mais cette injonction à sortir des canons de la pensée n'est pas le seul fait de l'institution, et les apprentis sont eux-mêmes dans un regard critique des modes : le travail réalisé en cours autour de ces thèmes s'articule ainsi entre des lectures ou des visionnages de documents littéraires, journalistiques, fictionnels, suivis par des discussions sur la compréhension, puis l'argumentation, et enfin le débat sur ces documents et dans ces thèmes. J'ai également conduit certains étudiants à présenter des exposés sur ***Facebook***, sur les enjeux du téléphone mobile et des TIC, sur la vidéosurveillance et les puces RFID, la vie privée, etc. Pour

[898] Nous reviendrons également sur la « machine à café » et la communication affective argumentée qui s'y déroule dans le chapitre 7, section 2.3 consacré à l'espace anecdotique

[899] En guise d'illustration, le référentiel du thème portant sur « Génération(s) » est donné en annexe 18.

[900] Chaque thème est accompagné d'une bibliographie indicative sur laquelle l'enseignant peut baser sa progression pédagogique. Dans cette liste se trouve mentionnés des films, tels que ***Little Miss Sunshine*** (critique du culte de l'apparence), ***Into the Wild*** (critique de la société matérialiste), ***Le Cauchemar de Darwin*** (contre la surexploitation des ressources naturelles) ou encore ***Super Size Me*** (à propos de la surconsommation alimentaire).

beaucoup, la volonté de traiter ces sujets correspondait aussi à leurs attentes et à la volonté d'avoir une démarche critique à l'égard de leurs propres pratiques.

A.2 Le carnet de bord et les entretiens

C'est dans ces échanges et ces exposés, où en tant qu'enseignant nous n'avons fait que l'arbitrage, qu'ont émergé des réflexions chez les apprentis, des commentaires, des ressentis. C'est à leur audition que, comme enseignant, nous avons discrètement endossé la tenue du chercheur, et pris note des propos et des comportements des uns et des autres.

Les rapports qu'un enseignant peut avoir avec ses élèves ne se situent pas exclusivement dans l'espace-temps de la classe : les pauses, parfois les repas, les rencontres dans l'établissement, l'accompagnement au moment des épreuves sont autant d'espaces-temps où des échanges peuvent avoir lieu, de brèves conversations qui, si elles concernent la plupart du temps la scolarité et la discipline, concernent aussi parfois des éléments plus anecdotiques, personnels, parfois intimes. Il n'y a pas que dans les conversations avec les apprentis qu'il nous a été possible de glaner des matériaux de recherche : l'organisme de formation est une entreprise – presque – comme les autres, où l'on côtoie des collègues, des assistants pédagogiques et administratifs (APA), des responsables hiérarchiques, des tuteurs d'apprentissage. Ainsi, les conseils de classe, les moments passés dans la salle des profs, les discussions dans le bureau de l'APA ou de l'ancienne manager, les conversations entre deux portes, au moment des repas, à la pause au portail où se croisent les fumeurs sont autant de moments où, en tant que chercheur agissant à la dérobée, nous avons mentalement pris note de propos, d'opinions, d'expériences, d'anecdotes que le soir nous retranscrivions dans notre carnet de bord. Tout n'y est pas scrupuleusement enregistré, les dates peuvent varier, mais nous avons pris garde de conserver la teneur des propos : une dose de réinterprétation n'est cependant pas à exclure.

En plus de ce carnet de bord, dont le contenu est principalement alimenté par deux groupes-classes (AM2 et AG2, promotion 2008-2010), nous avons mené des entretiens exploratoires auprès de trois groupes-classes (MUC, AG, CGO, tous en deuxième année)[901], ainsi que des entretiens individuels avec 10 apprentis (Anaïs, Bérénice, Carmen, Doriane, Élisabeth, Florence, Hermione, Gérard, Patricia, Raoul)[902]. Animée par notre première hypothèse d'une veille mutuelle[903], la grille

[901] La spécificité de chaque filière de BTS sera présentée en section 2.2.b2.
[902] Des prénoms arbitrairement choisis remplacent l'identité des apprentis. Si une seule étudiante s'est interrogée sur le devenir de nos entretiens, les autres n'ont manifesté aucun intérêt quant à la divulgation de leurs propos.

d'entretien avec les apprentis était structurée par plusieurs sous-hypothèses : la volonté de laisser une trace en entreprise, le sentiment de banalisation de la surveillance et des articulations sociales sur le mode de la parité. Ainsi :

Nous avons sciemment omis, en début d'entretien, de poser cette question, une telle pratique allant dans le sens de nos hypothèses. La confidentialité de nos échanges relevant peut-être de l'implicature conversationnelle du cadre privatif, nous préférons anonymiser *ex post* l'identité de ceux avec qui nous nous sommes entretenu.

[903] Cet échantillon exploratoire avait été constitué en vue d'obtenir des premiers résultats à publier dans un chapitre d'ouvrage. MARTIN-JUCHAT F., PIERRE J., « Facebook et les sites de socialisation : une surveillance librement consentie », in GALINON-MÉLÉNEC B. (dir), *L'Homme trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines*, Paris : CNRS Editions, 2011, p.105-125

En interrogeant l'échantillon sur	la réponse permet d'obtenir des réponses sur	dans le cadre de telle hypothèse		
		Laisser une trace en entreprise	Sentiment de banalisation	Socialisation paritaire
Nombre d'inscrits sur Facebook	La généralisation du phénomène Facebook		☑	
Nombre moyen d'amis	L'amplitude de la socialisation			☑
présence d'un lien sur Facebook avec ses parents, employeurs, enseignants	La considération des rapports hiérarchiques traditionnels			☑
fréquence et appareillage de connexion	L'ancrage des pratiques de communication médiatisée		☑	
motivation de ceux qui (ne) participent)pas ou ne sont pas inscrits au site)	Les représentations mentales et les discours sur les réseaux socionumériques		☑	
type de productions éditoriales	L'éditorialisation des expériences professionnelles	☑		
	L'éditorialisation d'expériences intimes		☑	
	Les pratiques de codage idiomatiques			☑
articulation entre le hors ligne et le en ligne	La détermination du contexte professionnel dans l'éditorialisation en ligne	☑		
	La détermination du contexte socio-économique dans l'éditorialisation en ligne		☑	
	La détermination du contexte microsocial dans l'éditorialisation en ligne			☑
situation familiale et professionnelle	La dimension socioprofessionnelle du projet identitaire	☑		
motivation du BTS (et de l'alternance)				
articulation entre entreprise et production éditoriale sur Facebook	La porosité des frontières entre les différents espaces sociaux et les différents registres d'énonciation	☑		
Conditions de travail et pérennité du contrat	La difficulté de laisser une trace nominale dans une organisation bureaucratique	☑		
Articulation entre relations amicales et Facebook	L'assistance ou l'influence que le DI peut apporter aux relations amicales			☑
Représentations des logiques de surveillance et de marché instanciées par tout type de DI	Les types de discours sur les DI		☑	

Tableau n° 10 : Grille d'entretien avec les apprentis

Ensuite, nous avons complété notre enquête ethnographique avec des questionnaires et entretiens auprès des autres formateurs du centre et de son directeur[904]. Comme pour la grille précédente, nos questions faisaient écho à la première hypothèse, mais en la situant dans le contexte

[904] Les questions (et les éléments de réponse) sont fournis en annexe 19.

pédagogique, et s'ouvrait à notre seconde hypothèse sur l'instanciation du procès de civilisation par les dispositifs identitaires.

- Sur la socialisation en mode paritaire : il s'agissait ici de voir la représentation que les formateurs se faisaient des TIC, et notamment de leur participation au projet identitaire des apprentis, projet auquel eux-mêmes participerait en tant que formateur.
- Sur la convergence des pressions : dans l'hypothèse que les apprentis se trouvent à la croisée de différentes tendances normatives et qu'ils développent en réaction des échappatoires, il s'agissait ici d'en établir les listes (dans l'hypothèse que la connexion permanente fasse partie des deux), et de voir dans quelles mesures les enseignants intègrent cette dimension dans leur pratique pédagogique.
- Sur l'instanciation du procès de civilisation : il s'agissait de voir auprès des enseignants comment ils gèrent le curseur de la professionnalisation du savoir-vivre.
- Sur la banalisation de la surveillance : en partant de la volonté d'enrichir notre corpus d'anecdotes situées sur la vie privée médiatisée, il s'agissait de récupérer également auprès des formateurs des attentes et des ressentiments exprimés par les apprentis, notamment dans l'optique que le cadre pédagogique pourrait répondre ces sollicitations citoyennes et intimes.
- Sur l'emprise de l'informatisation dans les activités sociales et professionnelles : sans rentrer dans le paradigme de l'ancien et du nouveau (déjà passablement présent dans les questions précédentes), il s'agissait par cette question d'entendre les discours, et retours critiques, des enseignants sur le relai qu'ils opèrent dans la prescription des référentiels.

Formulée au départ comme une liste de question basée sur de nombreux échanges les semaines et les années précédentes, puis envoyée par mail et déposée dans les casiers individuels en salle des profs, cette grille d'entretien a surtout connu pour réponses des discussions informelles reprenant celles d'avant[905] : nous pensons que si l'immersion est profitable auprès des apprentis, elle est limitée par la culture de face du milieu professionnel. Pour les enseignants de l'IMT, je n'étais que leur collègue. Nous pensons qu'un autre dispositif de recherche (sortant du « cadre » de l'IMT) aurait été plus à même d'extraire des éléments qualitatifs objectivés, et donc exploitables.

[905] En dehors de Jocelyne Levet, professeur en économie-droit-management qui a pris sur ses congés pour nous répondre.

B, La collecte des statuts

B.1 La capture d'écran

À partir du premier échantillon exploratoire, nous avons entamé une série de collecte de statuts publiés sur *Facebook*. Il s'agit en l'espèce d'une simple capture d'écran, produisant au format image une photographie d'un statut ou d'un document publié sur *Facebook*. Il ne nous a pas semblé opportun de conserver le texte en l'état pour une analyse linguistique : les écrits d'écran sont d'une part très mal orthographié, les traduire aurait été les pervertir, d'autre part ils reposent sur une combinaison d'implicite, de références, de codes qu'un logiciel n'aurait pas été en mesure d'analyser correctement. Après la composition de ce premier échantillon, nous avons appliqué notre système de capture écran à l'ensemble des apprentis qui acceptaient notre sollicitation d'amitié sur *Facebook* (100% l'ont fait) : nous avons ainsi pu collecter de nombreuses données. Nous avons alors établi plusieurs corpus : les statuts relatifs à l'apparence et aux accessoires (A) ; les statuts sur les études et l'entreprise (B) ; les statuts intimes, personnels, familiaux (C).

Extrait n° 1 : Statut de Noémie, et commentaires de ses amis [C012]

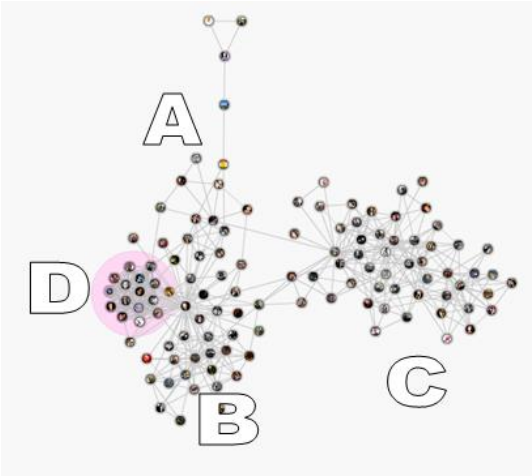
Les photos publiées ont également été collectées dans le corpus D : les photos « trash » et les « narcissiques ».[906]

Extrait n° 2 : Photo de Philippe prise en fin de soirée alcoolisée, et publiée par Oscar sur Facebook

Ill. n° 20 : Autoportrait d'Anaïs publié sur Facebook et choisie comme image de profil

En vue des entretiens, et afin de mieux saisir le complexe de contextes de chaque apprenti interrogé, nous avons également utilisé l'application *TouchGraph* de la plateforme *Facebook* afin de représenter de manière visuelle leur graphe social (un graphe étant la visualisation des liens, ou arêtes ou arcs, avec d'autres individus, ou nœuds ou sommets, voir chapitre 2, section 1.1A.2 sur les « éléments du graphe »).

[906] Les corpus sont situés dans le dernier volume, à la suite des annexes.



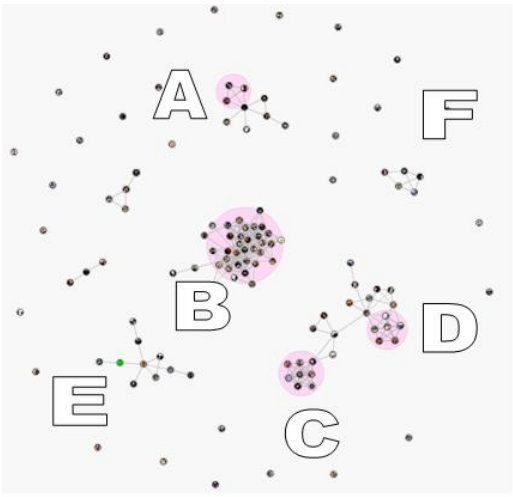
A-Entreprise

B-Réseau proche

C-Réseau occasionnel

D-BTS

Ill. n° 21 : Graphe social de Carmen



A-collège

B-lycée

C-BTS

D-famille

E-cyclisme + satellites

F-Grenoble + minigrappes

Ill. n° 22 : Graphe social de Florence

L'application *TouchGraph*[907] a été momentanément indisponible : d'autres logiciels similaires remplissent cependant la même fonction, mais cela montre la dépendance de notre démarche par rapport à un système informatique pénétré par des logiques commerciales. Ainsi, nous avons disposé des données de chacun parce que les règles de confidentialité de *Facebook* le permettaient. En novembre 2009, ces règles ont été mises à jour dans la mesure où des données autrefois réservés aux amis seuls ont été publiées à « tout le monde ». En réaction à cette ouverture des données, de nombreux internautes, dont certains apprentis, ont commencé à paramétrer plus finement les réglages de confidentialité. Certains, pour des raisons personnelles, ont mis un terme à la relation que nous entretenions sur *Facebook* (Nadège et Vivianne). Enfin, *Facebook* a aussi remodelé à plusieurs reprises la présentation des profils et pages d'accueil : si le modèle de la *Timeline* (*Journal*) facilite l'archéologie, l'ancien modèle (*newsfeed*) rend pénible l'exploration historique d'un profil, surtout quand le titulaire est bavard.

Au final, ce sont près de 65 étudiants que nous avons suivi pendant tout le temps de la thèse[908]. Toutefois, tous n'étaient pas au courant de notre démarche, et encore moins de notre dispositif. Nous avons fait l'expérience, à la rentrée 2010, de prendre deux groupes différents, un premier à qui nous ferions mention de la thèse et de la démarche de sollicitation et capture (AG : groupe de Vincent, Brigitte, Xavier, Eva et Denise), un autre auquel nous ne dirions rien (AM : groupe de Laurie, Mathilda et Iula). Cette séparation nous apportera un double bénéfice : celui dans un premier temps d'identifier les biais du dispositif (en quoi se savoir observer modifie-t-il les comportements ?) ; dans un second temps, celui de valider notre hypothèse de l'acceptation de la surveillance. Nous reviendrons sur le premier point à la fin de cette section, dans le « retour critique » (section 2.1C.2), et sur le second à la fin du chapitre 6, section 3.5 sur « les accords de veillance mutuelle ».

Certes chaque groupe-classe dispose de sa propre émulation, et des clans apparaissent systématiquement (surtout à l'approche des examens), les deux promotions ont été problématiques : les AG étaient très laborieux, tandis que les AM étaient très agressives. Il n'empêche que les AG ont manifesté en classe plus d'initiatives, d'interrogations, de récits anecdotiques sur les sujets de l'identité numérique, de la protection des données personnelles et du respect de la vie privée par les dispositifs identitaires : c'est avec eux que nous avons testé le

907 <www.touchgraph.com/facebook>

908 Un tableau récapitulatif des apprentis se trouve en annexe 20, avec la référence de sa promotion (années et BTS).

questionnaire avant de le mettre en ligne ; les AM ont très peu répondu aux sollicitations de relation sur *Facebook*, et il ne nous a pas possible de collecter beaucoup de données. Par contre, cela n'enlève en rien l'ethnographie réalisée sur le site de la formation : nous n'avons juste pas pu le confronter à une production éditoriale.

En plus de ces 65 apprentis, nous avons proposé à ceux qui répondaient à notre questionnaire en ligne de nous faire parvenir le fichier de leur profil : il s'agit d'une fonctionnalité mise en place par *Facebook* pour télécharger une copie de sauvegarde de toutes les productions éditoriales publiées par le titulaire. 27% ont accepté, soit 107 personnes. Cependant, nous avions prévu de ne pas solliciter ce fichier par la suite : seule la réponse nous intéressait. De plus, outre les difficultés de traitement informatique que nous avons envisagé pour de tels ensembles de données, il nous a paru inopportun de le faire en dehors d'une immersion dans le contexte du titulaire : c'eut été contraire à notre méthode.

B.2 La double posture du chercheur

Évidemment, un tel dispositif de capture interroge le chercheur d'abord à un niveau éthique, surtout quand l'objet de la recherche porte sur l'appropriation des données personnelles par des dispositifs identitaires. La facilité du système permettrait ainsi de faire abstraction de la nature des observables qu'il produit. De plus, comme nous l'avons signalé à propos des apprentis, la très faible conscience des enjeux d'une telle démarche, non pas en termes scientifiques mais en termes intimes, dédouanerait le fait de les informer : si les titulaires se soucient peu de leurs données, pourquoi se soucier de leur capture ? Cela viendrait confirmer, par la méthode, notre hypothèse d'une « surveillance librement consentie ».

Or, plus exactement, notre hypothèse se situe dans un cadre de surveillance mutuelle. Pour qu'il y ait immersion, il nous a fallu également nous immerger dans *Facebook* : sans procéder par dévoilement (il fallait préserver la face de l'enseignant), nous avons alimenté notre profil *Facebook* avec des contenus, fréquents mais pas trop se faire oublier pour mieux collecter, ne pas se faire oublier pour ne pas perdre la relation), à la fois neutres en ce qu'il ne provoque pas de polémique (hormis un « coup de gueule » contre la correction de copies) et participant d'une culture commune (republication d'images de graphisme, design, graffitis, de vidéos « branchées », « cool », « trendy », « fun », etc.). Ainsi, l'engagement identitaire a de notre part été minime, dans un premier temps. Puis nous avons republié les liens collectés dans le cadre de notre recherche doctoral, afin de voir quels retours ils pouvaient produire. Une coupure très nette s'est produite, l'enseignant disparaissait sous le chercheur, avec son lexique, ses références, sa complexité. Afin de ne pas

perdre notre vivier, nous avons intensifié les publications « cool ». Quelques apprentis cependant ont consulté les liens, et des conversations très intéressantes en sont nées.

C'est donc bien l'offre d'une identité qui donne accès à l'identité des autres, et les expériences menées au cours du projet identitaire (même dans le je/jeu de la recherche) sont toujours dans la co-construction : le projet identitaire, comme le projet scientifique, bénéficie lui aussi de cette méthode immersive.

À la critique d'une porosité de la vie privée facilitée, voire provoquée par ***Facebook***, nous répondrons que les apprentis n'ont eu de cesse de convoquer leur vie personnelle dans différentes phases de leur agenda d'apprentissage, excusant ainsi leurs retards ou leurs échecs en évaluation. M'ont ainsi été données à recevoir l'intimité de leur santé, leurs troubles psychologiques, leurs tumultes amoureuses, leurs histoires familiales, leurs problèmes d'argent, de domicile, de voiture, de téléphone, les disputes avec leurs ami-e-s, etc.. Or, et c'est l'un des aspects capital de ce travail, et de cette méthodologie, la connaissance de ces événements dans la vie des apprentis éclaire la compréhension de leurs statuts dans ***Facebook***. C'est même la clé. Nous ne pouvons imaginer ce que nous aurions fait ressortir comme résultats de recherche sans cette « immersion », dont la finalité n'était que la capture de faits sociaux : à ce niveau, ***Facebook*** ne doit être considéré que comme un carnet de bord récupéré dans le cadre d'une ethnométhodologie traditionnelle, la récupération étant une activité de fabrication au sens goffmanien. Toujours est-il qu'à la casquette d'enseignant, mes étudiants m'accolaient aussi celle de chercheur, qu'au grand frère que j'étais parfois dans les échanges extrascolaires ou extraprofessionnels, j'étais aussi un peu big brother[909]. Si la posture d'immersion détermine le dispositif de capture, dans quelle mesure celui-ci n'est-il pas alors une imposture ?

[909] Cette réflexion s'est enrichie par la participation à la journée d'étude ***Posture du chercheur en SHS : une construction en équilibre entre réflexivité et contraintes ?***, organisée par l'Association Lyonnaise des Étudiants Chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication (ALECSIC), ENS-Lyon 17/06/2010. Les diapositives de notre intervention intitulée « Entre big brother et le grand frère, les postures du chercheur en SIC-SHS », sont accessibles à l'adresse suivante : <fr.slideshare.net/idnum/entre-big-brother-et-le-grand-frre-les-postures-du-chercheur-en-sic-shs>.

C, Le questionnaire en ligne

C.1 Grille de composition et administration

Pour compléter notre approche immersive et qualitative avec des données quantitatives, et pour les comparer à celles récoltées auprès de l'échantillon exploratoire, nous avons développé un questionnaire en ligne intitulé « usages et représentations des réseaux socionumériques »[910].

Dans un premier temps expérimenté avec un groupe-classe d'AG1, le questionnaire a ensuite été médiatisé via des courriers électroniques destinés aux enseignants de l'IMT, puis des autres organismes de formation dans lesquels nous avons travaillé, auprès de certains de nos contacts au Rectorat ou à l'Enseignement catholique, auprès de nos contacts des URFIST et des autres organismes pour lesquels nous avons animé des conférences ou des ateliers. Enfin, le questionnaire, via une URL abrégée <bit.ly/idnumv2>, a été médiatisé sur notre carnet de recherche en ligne, et via nos comptes *Twitter* et *Facebook*. Ouvert au public le 4 avril 2011, il a enregistré 1295 visites uniques (911 au bout de trois semaines, fermeture du questionnaire au 16/08/2011). 517 personnes ont décidé d'y répondre, donnant à la fin 492 jeux de réponses exploitables (hors échantillon de test). Les questions étaient organisées en 11 groupes, et avec les scénarios de réponse il y avait en tout 111 questions[911].

- Premier groupe de questions, dorénavant référencé [G01], « Les réseaux sociaux numériques et vous » : un premier filtre distinguait les personnes inscrites à *Facebook*. Les autres étaient dirigées vers les dernières sections du questionnaire. Un deuxième filtre repérait les apprentis, afin d'établir une population de référence à qui poser des questions spécifiques. Nous distinguerons par la suite plusieurs segments de population : les « BTS » (en filière tertiaire et en apprentissage), les « étudiants » (y compris les BTS, hors filière, en formation initiale ou universitaires), les « jeunes » (moins de 30 ans, âge moyen des répondants), et donc les « vieux », les « salariés » ou

[910] Réalisé avec le logiciel *opensource LimeSurvey*, que nous avons installé sur notre serveur à l'adresse <dev.artxtra.info/idnum/sondage>. Pour *LimeSurvey* : <www.limesurvey.org/fr/>. Si l'outil est particulièrement satisfaisant au niveau des fonctionnalités, des scénarios d'interrogation et de la personnalisation de l'interface utilisateur, il relève toutefois d'une certaine complexité technique qui le range dans ces outils des *Big Data*, et dans la problématique d'une fracture numérique pour les chercheurs. Sur un bord plus simple, nous avons tenté de réaliser ce questionnaire avec *Google Docs*, mais les options étaient trop réduites. Sur l'autre bord, nous avons également essayé le logiciel *R*, bien trop complexe : <www.r-project.org>.

[911] La grille du questionnaire se trouve en annexe 21. Les résultats du questionnaire sont trop volumineux pour être inséré dans un tel document. Nous les conservons de par vers nous, le fichier Excel de traitement est disponible sur demande.

exerçant ou activité professionnelle, « les « inactifs » (chômeurs, retraités). Enfin, un segment particulier de répondants apparaitra, que nous avons nommé les « professionnels de l'information-documentation ».

- « Les nouvelles technologies et vous » [G02] : ce groupe de questions a permis d'identifier le taux d'équipement en TIC, les pratiques associées et la fréquence d'usage. Ce taux sera par la suite comparé à celui de pratiques liées à la sémiotisation, la surveillance ou la routinisation.
- « *Facebook* et vous, l'inscription » [G03] : en partant de la date d'inscription et de la fréquence d'usage du site, ce groupe de questions permet d'identifier les utilisateurs intensifs du site, ainsi que la mutation de leurs pratiques. Ces informations seront également comparées au taux d'équipement et autres taux de pratiques.
- « *Facebook* et vous, votre profil » [G04] : le taux de sémiotisation consiste à identifier le type et la fréquence des manipulations opérées par le répondant sur son image de profil (types de mise en scène) et son nom d'utilisateur. Ex. : [Q29], « Parmi les options suivantes, quelles sont celles qui correspondent à la photo de profil que vous avez choisi lors de votre inscription ? »
- « *Facebook* et vous, les photos » [G05] : la fonctionnalité de marquage automatique permet d'associer sur une image un nom d'utilisateur. Décriée en ce qu'elle fonctionne sans le consentement préalable du titulaire, cette pratique contribue au calcul du taux de routinisation et à la perception des enjeux identitaires. Ex. : [Q43], « En général, comment réagissez-vous quand vous découvrez que vous avez été marqué sur une photo ? »
- « *Facebook* et vous », les statuts » [G06] : ce groupe de questions permet d'établir quels types de sentiments sont exprimés, et quel type de réactions ils provoquent dans le réseau social du titulaire, en ligne et hors ligne. Cet aspect est à verser au profit de la validation de notre hypothèse d'une congruence entre les deux espaces, et notamment de l'hypothèse que les DI endogènes participeraient d'un espace anecdotique. Ex. : [Q48], « Avez-vous déjà entamé ou participé à une conversation de nature politique sur *Facebook* ? »
- « *Facebook* et vous, les amis » [G07] : le terme « ami » mis en avant par le site est ambigu. Il s'agissait avec ce groupe de questions de cerner l'interprétation des utilisateurs de ce terme et d'identifier le type de socialisation qu'il évoque. Ex. : [Q55] : « Comment interprétez-vous le terme 'ami' employé par *Facebook* ? »

- « *Facebook* dans votre vie sociale » [G08] : ouvert à tous les répondants (même les non-inscrits), ce groupe de questions permet d'ancrer le répondant dans un contexte social (famille, parents, enfants, couple, CSP, pressions normatives) et de voir dans quelle mesure les éléments de ce contexte se retrouvent inscrits sur *Facebook*. Ex. : [Q92], «Diriez-vous que *Facebook* est aussi un moyen de se détendre face à ces pressions ? »
- « *Facebook* et la vie privée », [G09] : suivant la même hypothèse de congruence, il s'agissait dans ce groupe de questions de cerner les représentations que les répondants se font de *Facebook* et de la vie privée médiatisée par *Facebook*, afin de situer, par rapport aux taux précédents, où ils situent le curseur, en termes de fonctionnalités et de réglages de confidentialité, entre le privé et le public. Ex. : [Q74], « Est-ce que vous considérez que *Facebook* est un journal intime ? »
- « *Facebook* et la surveillance » [G10] : il s'agissait de cerner les pratiques et les représentations en termes de surveillance instanciée par *Facebook*, les TIC et les opérateurs des DI. Ex. : [Q90], « Cette sensation d'être surveillé par vos amis sur *Facebook* vous dérange-t-elle ? »
- « L'identité numérique » [G11] : ce groupe de questions cherche à repérer les pratiques, expériences et représentations en termes de traçabilité, de protection et d'empreinte numérique. Ex. [Q96], « Avez-vous déjà réalisé une recherche sur votre nom dans un moteur de recherche (de type Google, Bing, etc.) ? »
- « Cette enquête et vous » [G12] : le dernier groupe de questions cherche à obtenir un retour critique sur le questionnaire, et sur sa nature intrusive. Ex. : [Q107], « Diriez-vous que cette enquête pose des questions intimes ? »

Le traitement des données collectées a été orchestré autour de 11 taux, qui serviront d'appui à l'analyse dans les sections suivantes[912].

[912] La présentation de la méthode et des résultats a donné lieu à une conférence dans le séminaire « Identités numériques », ISCC/CNRS, co-organisé par A. Coutant et T. Stenger, 05/12/2011. Les diapositives de notre intervention intitulée « Usages et représentations des réseaux socionumériques » sont accessibles à cette adresse : <fr.slideshare.net/idnum/sminaire-iscc-usages-et-perceptions-des-rseaux-sociaux-numriques>

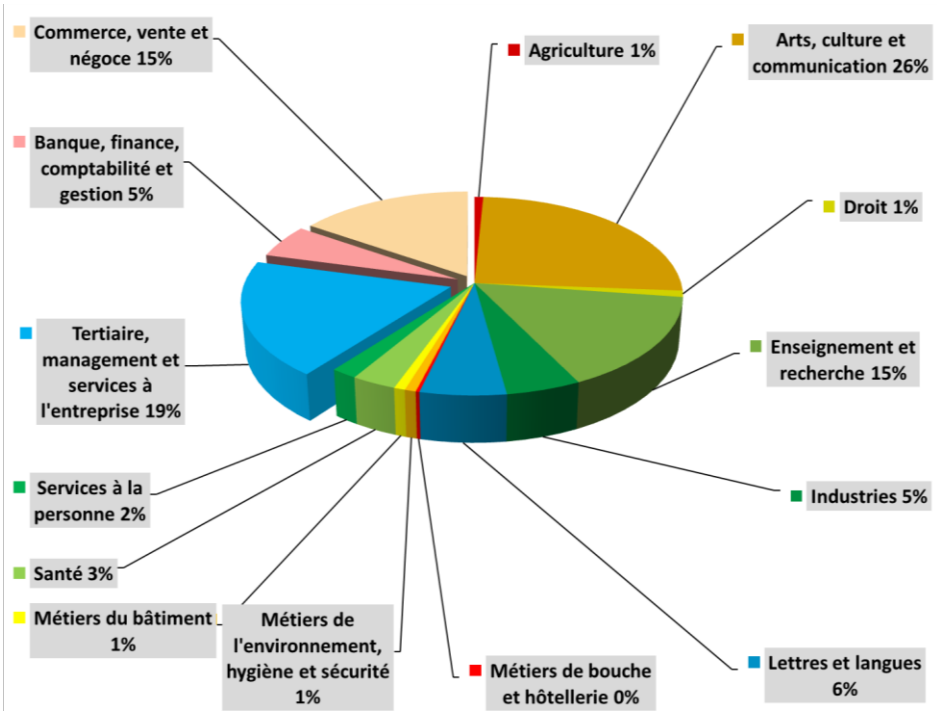
C.2 Retour critique

Ce questionnaire mérite d'être interrogé au travers de trois biais spécifiques : l'identité des répondants, la faible participation de la population ciblée, le réductionnisme de la méthode quantitative.

Comme n'importe quelle interaction en ligne, il ne nous ait pas possible de connaitre l'identité des répondants, et donc le contexte. Toutefois, si 77% des personnes ont saisi une adresse mail valide [Q111][913] dans le but d'être recontacté après l'enquête, cela peut supposer d'une identité réelle : la question reste en suspens par contre de la véracité des réponses. A ce sujet, les résultats ne doivent être considérés que comme des indicateurs.

Ensuite, alors que ce questionnaire a d'abord été diffusé à des apprentis en BTS (qui, il est vrai préparaient à ce moment-là leurs examens), très peu ont répondu (25, soit 6,39%). Nous supposons que ce questionnaire n'est pas le bon outil pour cette population, habituée à produire et répondre à des questionnaires courts (en marketing par exemple). À l'inverse, nous ne nous attendions pas à une forte représentation des étudiants et professionnels de l'information et de la documentation : il est vrai que notre problématique fait écho à des interrogations que ces praticiens ont dans leurs activités professionnelles, comme nous l'avons constaté dans chacune de nos formations URFIST ; de même, ce genre d'outils et de sollicitations semblent être assez fréquents.

[913] Nous mentionnerons ainsi les références aux questions, renvoyant au questionnaire en annexe 21 pour l'intitulé complet des modalités de réponse.



Graphique n° 7 : Diagramme en secteur des segments de population

Enfin, nous n'avons pas pu procéder autrement, pour rendre lisible ces résultats, que de calculer des taux sur des groupes de question, réduisant de facto la finesse des résultats à un ensemble de 11 valeurs, multipliés par 7 populations. Certains croisements intermédiaires seront cependant présentés dans l'analyse (sections suivantes).

Pour clore cette méthodologie, il faut reconnaitre d'un côté la part de bricolage qu'elle contient, assemblant différentes méthodes (observation, immersion, entretiens, questionnaires). À propos de l'entretien, J.-B. LEGRAVE invite le jeune chercheur à « assumer le bricolage »[914]. Chaque objet, chaque terrain, chaque problématique nécessite une construction singulière qui doit aboutir à une modélisation du réel s'inscrivant dans un cadre scientifique normé. Le chercheur, comme nous le verrons avec l'apprenti, est donc l'objet d'une injonction à être tout à la fois autonome et singulier dans un cadre prédéterminé.

D'autre part, le regard distancié que nous invitent à prendre ces méthodes résonne avec certains éléments déjà évoqués : l'arbitraire des prénoms, le doute de l'identité des répondants, le baptême

[914] LEGRAVE J.-B., « L'entretien. Une technique et quelques-unes de ses "ficelles" », in OLIVESI S. *Introduction aux SIC*, Grenoble : PUG, 2007, p.35-56

des taux et des segments de population renvoient au cadre épistémique de l'institution nominale. En tant que chercheur, nous disposons de notre propre pouvoir adamique : quelle réification crée-t-il ? Dans quelle mesure le réductionnisme d'un côté, la traduction en chiffres, l'abstraction de l'identité réelle des répondants comme des apprentis, le résumé des contextes, le bricolage des méthodes ne produit-il pas un cadre transformé de la réalité sociale ?

2.2, Des territoires imbriqués

Afin de quitter cette position surplombante et réifiante, et de contextualiser au mieux les espaces de notre observation, nous proposons la focalisation suivante : l'organisme de formation où nous avons enseigné en BTS s'appelle l'IST (***Institut Supérieur du Tertiaire***), c'est une marque commerciale pour un ensemble de filières de formation dispensée au sein de l'IMT (Institut des Métiers et des Techniques). Il s'agit d'un CFA (Centre de formation en apprentissage) placé sous la tutelle de la CCI de Grenoble (Chambre de Commerce et d'Industrie). La réforme des CCI les engageant vers la régionalisation, le territoire couvert par l'IMT va bientôt dépasser celui de l'Académie dont il dépend (Académie de l'Isère) pour rejoindre celui de son principal partenaire financier, la Région Rhône-Alpes. En termes de contextualisation, il convient de présenter chacun de ces cercles concentriques.

A, France → Grenoble

Le Conseil régional de Rhône-Alpes est partie prenante dans l'économie du CFA puisqu'il accueille des lycéens en bac professionnel[915]. La Région est ainsi partenaire sur des projets de développement (Une école de la deuxième chance est ainsi en construction sur le site de l'IMT), mais elle participe également à la dynamique de l'apprentissage en subventionnant partiellement les entreprises qui accueillent des apprentis en formation : à cet titre, elle est la région à la pointe de ce type de dispositif de financement de la formation[916]. Dans une moindre mesure, le Conseil général

[915] Comme nous l'avons indiqué dans la note introductive de ce chapitre (n°823), notre but n'est pas de produire une comparaison nationale des pratiques, usages et enjeux de l'identité en contexte numérique, du traitement industriel des données personnelles et de la vie privée médiatisée. Toutefois, il nous faut préciser ce qu'implique de situer notre terrain en France : pour cela, nous renvoyons à la sociohistoire des DI présentée dans le premier chapitre, montrant l'ancrage d'un paradigme administratif (Colbert, Bonaparte, Foucault). Nous situant à un niveau microsocial, nous n'irons pas plus loin dans l'analyse du niveau national.

[916] ARRIGHI J.-J., BROCHIER D., « 1995-2003, l'apprentissage aspiré par le haut », ***Bref-Cereq***, n°217, 2005.

de l'Isère est également partenaire de l'IMT, ainsi que la communauté de commune de l'agglomération grenobloise (la Métro) et la municipalité de Grenoble.

La ville de Grenoble dispose d'une histoire et d'un tissu scientifique et industriel très particulier en France, elle est d'ailleurs souvent surnommée la *Silicon Valley* à la française. La ville s'est construite à travers deux phénomènes particuliers : la géographie locale et les Jeux olympiques de 1968.

A.1 Une métropole marquée par son industrialisation

Situé au cœur des Alpes, à la confluence de rivières de montagne, Grenoble s'est développé fin XIX^{ème} grâce à l'hydroélectricité (un quartier de Grenoble s'appelle la Houille Blanche ; *Alstom*, l'un des leaders mondiaux en turbine hydroélectrique, est également installé à proximité du site de l'IMT). La disponibilité énergétique a permis le développement de toute une industrie en électricité (*Schneider*, *Siemens*), usinage (*Caterpillar*), chimie et santé (plateforme chimique de Jarrie, *Becton Dickinson*, *Arkéma*, *Roche Diagnostic*, *BioMérieux*) et micro-mécanique (*ARaymond*, *Pomagalski*). Avec les progrès de la miniaturisation, les industries locales se sont orientées vers la conception, la production et l'intégration de semi-conducteurs (*ST Microelectronics*, *Hewlett-Packard*, *Thales*, *Kiss*), ainsi que le développement de systèmes informatiques (*Bull*, *Cap Gemini*). Des centres de recherche en informatique se sont créés (*France Telecom* possède un centre de recherche, ainsi que l'INRIA ; *Yahoo!* est venu s'installer quelques temps à Grenoble).

Le pôle universitaire s'est donc orienté vers la formation des futurs ingénieurs du bassin, avec principalement l'Université Joseph-Fourier et l'Institut national polytechnique de Grenoble (INPG). En partenariat avec ces écoles, et avec le bénéficie énergétique fourni par l'environnement local, le Commissariat à l'énergie atomique a créé un centre de recherche à Grenoble en 1956 (sous l'impulsion de Louis Néel, Prix Nobel de Physique), dont est issu l'actuel maire Michel Destot (PS)[917]. Un accélérateur de particule a ensuite été construit avec le soutien de la Communauté européenne, ainsi qu'un réacteur de recherche (plus importante source de neutrons au monde). Par la suite, le polygone scientifique s'est spécialisé dans la recherche et les applications à base de micro et nanotechnologies (LETI, Minatec[918]), dont est issu l'actuelle Ministre de l'enseignement

[917] A reçu un *Big Brother Award* en 2010 pour son plan de déploiement de caméras de vidéosurveillance. <bigbrotherawards.eu.org/article1161.html>

[918] *IdeasLab*, au sein du *Minatec*, ou le laboratoire des usages du LETI, travaillent à l'acceptabilité de leurs applications technologiques par le grand public. Ces laboratoires, leur institutions de tutelle, ainsi que de

supérieur et de la recherche Geneviève Fioraso (PS). En faisant se converger des recherches sur les niveaux nano et micro de la matière, sur l'énergie, sur leurs applications indsutrielles et quotidiennes, le CEA contribue d'une part à influencer la politique de recherche au sein de l'Université de Grenoble, mais également au sein de la ville : cette emprise paradigmatique a donné l'occasion à des chercheurs réunis en collectif d'évoquer un « modèle grenoblois »[919].

Le rapport d'audition de notre laboratoire de rattachement, réalisé lors de la visite de la commission de l'AERES, mentionne en effet que « le GRESEC est confronté à deux difficultés majeures : l'une tient à son environnement immédiat et au peu de poids des sciences humaines et sociales en général et des sciences de l'information et de la communication en particulier aux dires des chercheurs du GRESEC, plus spécifiquement à Grenoble et dans la Région Rhône Alpes »[920].

A.2 Des territoires marqués par l'urbanisation

Cet état de lieu pourrait faire croire que Grenoble est un véritable territoire positiviste peuplé d'ingénieurs peu à même de considérer les enjeux sociétaux de leurs recherches, de surcroit quand de nombreuses entreprises participent de près ou de loin aux ICIR. Pourtant, l'histoire de Grenoble est aussi riche d'expérimentations sociales. La ville est considérée comme le berceau de la Révolution avec la Journée des Tuiles (07/06/1788) et de la mutualité sociale (autour de 1800 ; un quartier porte ce nom). Un phalanstère a été construit vers 1880 (on en trouve trace dans la rue du Phalanstère)[921]. Elle a été un foyer de la résistance sous l'Occupation. C'est à Grenoble que s'est ouvert le premier planning familial (dans les années 60) et, sous le mandat d'Hubert Dubedout ont été initiés des groupes d'action municipaux, prémisses de la démocratie participative.

C'est également sous son mandat qu'ont été organisés les JO de 68, reconfigurant complètement la ville avec une véritable politique d'urbanisme : le village olympique en est une trace actuelle. C'est dans ce quartier que se situe l'IMT, c'est aussi ce qu'on appelle communément une cité, ou zone sensible : les vols, dégradations et incendies de voiture sur le parking de l'IMT sont très fréquents. C'est dans ce quartier (et celui voisin de la Villeneuve) qu'éclatèrent des émeutes en juillet 2010, amenant le Président de la République Nicolas Sarkozy à venir prononcer le « discours de

---

nombreuses entreprises de la région (***Bull***, ***Radiall***, ***ST Microelectronic***, ***Thales***), adhèrent au ***GIXEL*** (Chap. 1, section 2.3, c, L'ennemi global : 58). <www.gixel.fr/document/94-la_liste_des_adherents/index.htm>

919 SPIVACK L'HOSTE A., VINCK D., « Le récit de la convergence et la convergence d'un récit. Entre formation, science, technologie et industrie à Grenoble », *in* VINCK D., MIÈGE B. (dir.), ***Les masques de la convergence. Enquêtes sur sciences, industries et aménagements,*** Paris : Édition des Archives contemporaines, 2012, p.261-280. Citation p.277

920 CdB, 11/02/2010, Visite de la commission de l'AERES, <aeres-evaluation.fr/content/download/15078/248707/file/EVAL-0381840U-S2110043141-UR-RAPPORT.pdf>

921 <www.charlesfourier.fr/article.php3?id_article=453>

Grenoble » lors de la prise de fonction du nouveau préfet, Éric le Douaron[922]. Nouveau préfet qui viendra tenir un discours sur l'alternance à l'IMT le 16 décembre 2010.

Les émeutes, suivies de la venue de N. Sarkozy à Grenoble, ont connu une médiatisation importante, y compris à l'étranger : les statuts publiés sur *Facebook* à cette époque en attestent[923]. Ces événements participent à la réputation de Grenoble comme ville de violence, une réputation qu'elle doit à son histoire et aux règlements de comptes entre bandes rivales (les maffias italiennes dans les années 70 et 80, les gangs arabes et corses depuis les années 80). L'image de la *Silicon Valley* lutte avec celle de Chicago ou Marseille, notamment dans les banlieues de Fontaine, Echirolles (à proximité de l'IMT) et les quartiers de la Villeneuve et du Village Olympique[924].

La contestation de ce genre de politique, la discipline par la technique, prend plusieurs formes : du happening écologique en squattant les arbres promis à la découpe par la construction du Stade des Alpes aux manifestations tout aussi musclées contre l'inauguration de Minatec, en passant par les actions de nombreux groupuscules antifascistes. C'est principalement le collectif Pièces et Main d'Œuvre qui rassemble sous forme éditoriale l'essentiel du discours critique contre les « nécrotechnologies », le « nanomonde », la « technopole »[925], etc., un discours relayé par la presse alternative locale : <grenoble.indymedia.org>, la librairie *Les bas côtés*, le Postillon ou le *Torchon dauphinois*[926].

Mais ce ne sont pas tant les enjeux sociétaux qui inquiètent les Grenoblois que les risques environnementaux associés au développement industriel : zone sismique placée sous surveillance en raison des barrages hydroélectriques avoisinants, la ville est également menacée par les risques d'explosion sur la plateforme chimique ou au cœur du réacteur nucléaire. Cette épée de Damoclès fait indéniablement partie du contexte local. Les apprentis en ont connaissance : certains travaillent dans les comités hygiène et sécurité du travail au sein de leurs entreprises, ou ont été en charge de la planification des audits de sécurisation. De même, l'engagement politique – de tout bord – se retrouve dans les opinions exprimées pendant le temps de cours, et parfois en ligne.

---

922 <www.elysee.fr/president/les-actualites/discours/2010/discours-de-m-le-president-de-la-republique-a.9399.html>

923 Liste établie entre le 16/07/2010 et le 31/07/2010. Corpus G sur les statuts publiés sur *Facebook* à propos des émeutes de la Villeneuve.

924 C'est également dans ce quartier que la société *Blue Eye Video*, incubée au sein de l'INRIA, a expérimenté un dispositif de vidéosurveillance muni d'un algorithme de reconnaissance comportementale Elle a reçu pour cela un *Big Brother Award* en 2005. <bigbrotherawards.eu.org/article556.html>

925 <www.piecesetmaindoeuvre.com>. Le collectif a reçu en 2010 le Prix Voltaire de la vigilance citoyenne, décerné par Privacy France lors des Big Brother Awards.

926 <www.letorchondauphinois.fr>

B, CCI → IST

Le bassin industriel est tel à Grenoble que la CCI, organisme consulaire dirigé par des chefs d'entreprise, est un partenaire incontournable des projets de développement de l'agglomération. L'une de ses missions consiste à « former aux compétences de l'entreprise et aux métiers de demain »[927]. Elle dispose pour cela, à travers l'entité « Groupe Formation »[928], de trois établissements : un dédié à la formation continue et qui se trouve au siège de la CCI, un second appartenant au réseau des ESC, *Grenoble École de Management* (GEM) situé à Europole, le quartier d'affaires jouxtant le polygone scientifique[929], et l'IMT, situé sur le campus Pupin (5 hectares), au cœur du Village olympique. Chacun de ces établissements peut être considéré comme un vivier pour les entreprises mentionnées dans la section précédente. Une hiérarchisation semble d'ailleurs nettement se dessiner entre GEM et l'IMT : le directeur du CFA assume le fait de produire « des petits soldats, qui sont au front », alors que « ceux qui réfléchissent » sont à GEM.

B.1 Le découpage de la formation en unités de production

L'IMT est le premier CFA de l'Isère, il s'agit d'un établissement consulaire privé hors contrat divisé en six unités de production (UP), chacune dirigée par un manager :

- Bâtiment : CAP et brevet professionnel (BP), 697 places
- Métiers de l'automobile : CAP, Bac Pro, BTS, 409 places
- Soins et services à la personne : CAP et BP, 648 places
- Métiers de bouche : CAP et BP, 473 places
- Restauration : 298 places (hors campus, la formation se déroule dans l'hôtel-restaurant d'application)
- Tertiaire : 627 places

À ces 2854 apprentis[930], qui par le rythme de l'alternance ne sont pas tous présents en même temps sur le site, il faut rajouter les 77 alternants[931], inscrits à l'Institut des Formations Commerciales (un Bac+3 en partenariat avec GEM) ; 254 alternants inscrits à l'Institut Supérieur de la Construction

927 <grenoble.cci.fr/mieux-connaitre-la-cci/les-missions-de-la-cci-de-grenoble>
928 <www.groupeformation.fr>
929 <www.grenoble-em.com>
930 Chiffres 2011/2012, communiqués par le directeur du CFA Thomas Viron lors de la réunion de rentrée le 24/08/2011.
931 Un apprenti est sous contrat d'apprentissage ; un alternant est sous contrat de professionnalisation. L'exonération des charges patronales est plus favorable au premier contrat.
<travail-emploi.gouv.fr/informations-pratiques,89/fiches-pratiques,91/contrats,109/le-contrat-d-apprentissage,13810.html> et <travail-emploi.gouv.fr/informations-pratiques,89/fiches-pratiques,91/contrats,109/le-contrat-de-professionnalisation,992.html>

(ISCO, Bac+3) ; 18 stagiaires à l'Institut de Formation de Montagne et Tourisme (IFMT, Bac+3) ; et tous les stagiaires de groupes entreprises (La Poste, Carrefour) qui viennent passer des certifications professionnelles sur des périodes courtes (quelques semaines à quelques mois). En tout, ce sont plus de 70 offres de formation qui sont dispensées sur le site.

Étant donné le volume d'apprentis, alternants, stagiaires accueillis par l'IMT, l'établissement bénéficie d'une attention particulière de la part des instances partenaires : Région, Rectorat, communauté de communes, municipalités[932]. Le mini-campus, découpé en bâtiment propre à chaque UP, est équipé d'une salle de restauration (approx. 400 couverts[933]), d'un internat (approx. 80 lits), d'un terrain de sport et de nombreux ateliers[934]. Un règlement interne commun à tous les alternants leur est transmis à chaque rentrée scolaire. Depuis septembre 2010, l'IMT dispose d'une infirmerie et d'une psychologue. Ainsi, même si le cloisonnement en UP, pour des raisons pratiques (nuisances des ateliers), fédère une identité pour chaque filière, le format du campus et notamment le restaurant participe d'une identité plus large : il n'est pas rare de voir des fratries inscrites dans plusieurs formations, il n'est pas rare non plus de voir les BTS Tertiaires faire la queue chez les boulangers-pâtissiers ou profiter des épreuves techniques pour aller chez les coiffeurs ou les fleuristes. La direction du site a d'ailleurs engagé, depuis septembre 2011, une campagne de fédération autour des « IMTerriens ». Une chaine de télévision locale est venue réaliser un documentaire de 52 minutes sur le site, les formations et les apprentis. En « off », le journaliste reporter d'images faisait part de son étonnement quant à la proximité entre les enseignants et les élèves. Il est légitime alors de s'interroger sur la dimension prise par cet établissement : peut-on considérer, en empruntant à GOFFMAN, que l'IMT est une « institution totale »[935] ? Si, pour les internes, tous les besoins sont remplis par l'institution, pour les autres, la réclusion est loin d'être totale et les contacts entre gardiens et patients, ou entre enseignants et

[932] À titre anecdotique, mais montrant la confiance à la fois dans l'établissement et dans la voie de l'apprentissage, les enfants des inspecteurs académiques des BTS Tertiaires, ainsi que ceux de Madame la Ministre de l'Enseignement supérieur et de la recherche, ont fait leur scolarité à l'IMT (Bac Pro ou BTS).

[933] Si la salle du réfectoire est compartimentée par des cloisons mobiles, séparant d'un côté les apprentis, de l'autre les formateurs, il est fréquent que, par manque de place ou par inadvertance, des apprentis s'installent à la table des formateurs (l'inverse est vrai aussi). Si certains enseignants ne sont pas dérangés par cette présence, d'autres préfèrent cloisonner les moments avec et les moments sans apprentis. C'est un débat récurrent lors des repas. La file d'attente par contre ne dispose pas de ce genre de séparation, et enseignants et apprentis patientent, avancent, discutent ensemble sans animosité.

[934] La région Rhône-Alpes, la CCI et la Métro (communauté d'agglomération) ont engagé des travaux d'agrandissement du campus à partir de mars 2012, en plus de ceux consacrés à l'École de la Deuxième chance. Le projet d'établissement vise l'accueil de 3000 alternants à l'horizon 2015.

[935] Institution totale : « Lieu de résidence et de travail où un grand nombre d'individus, placés dans la même situation, coupés du monde extérieur pour une période relativement longue, mènent ensemble une vie recluse dont les modalités sont explicitement et minutieusement réglées », GOFFMAN, *Asiles*, 1961 : 41

étudiants, sont loin d'être limités au strict minimum. Au contraire, pour son directeur Thomas VIRON, cette proximité est la « spécificité de l'IMT », comme il se plait à le répéter lors des discours de pré-rentrée.

B.2 La filière du tertiaire

L'UP6, ayant pour marque commerciale l'IST (Institut supérieur du Tertiaire), est dédiée à la formation des métiers du commerce et de la vente, de l'administration et de la comptabilité et gestion.

	Commerce et Vente	**Administration**	**Comptabilité et gestion**
Niveau V	CAP employé de vente spécialisé (alimentaire / produits courants)		
Niveau IV	Bac professionnel commerce	Bac professionnel Accueil - relations clients et usagers (ARCU)	
Niveau III	BTS négociation relation client (NRC) BTS management des unités commerciales (MUC)	BTS assistant de gestion PME-PMI (AG) BTS assistant de manager (AM)	BTS comptabilité et gestion des organisations (CGO)
+1	Responsable d'activité option marketing, commercial Chargé de clientèle dans le secteur bancaire Responsable d'un centre de profit option distribution Responsable d'activité, option Achats et logistique (formations de l'IFC, type *bachelor*, certifié par GEM)		
+2			Diplôme de comptabilité et de gestion (DCG)
+4			Diplôme supérieur de comptabilité et gestion (DSCG)

Tableau n° 11 : Les filières de formation à l'IMT

Au sein de l'IMT, ces différents diplômes sont organisés en filières, du CAP au Bac+3 (à l'exception des métiers administratifs) : de nombreux étudiants suivent ainsi la filière, du CAP au BTS, du Bac au Bachelor, en partie parce qu'ils reconnaissent la cohérence de la filière, en partie par la recommandation de leurs formateurs (pour lesquels la stratégie de recrutement cherche à créer des profils compétents du CAP au Bac+3), en partie par la recommandation du service

commercial de l'IMT qui alimente chaque filière par les étudiants des classes précédentes. Sophie ORANGE, sociologue, a travaillé sur ce public et ce type de filière, elle remarque le même type de stratégie, qu'elle appelle « recrutement localiste », dans l'établissement où elle a mené son enquête, un lycée public dont les élèves en terminale sont invités à poursuivre en BTS (ORANGE, 2010)[936]. Au-delà de la stratégie commerciale développée dans ces deux établissements, la sociologue note le caractère endogame que cela produit dans les groupes-classes. À l'IMT, cette stratégie fonctionne particulièrement bien dans la filière commerciale (à partir du Bac jusqu'au *bachelor*), dans la filière comptable (du BTS au DSCG) et très peu dans la filière administrative (une à deux bachelières poursuivent en BTS).

Ces formations diplômantes ont pour débouchés les métiers de vendeurs sédentaires (en magasin) ou nomades (en déplacement), de gestionnaire de magasin ou de rayon dans la grande distribution, d'assistant marketing, administratif ou comptable dans des PME ou des services de grandes entreprises[937]. En tout, ce sont 50 métiers qui sont accessibles à l'issue d'une filière de formation.

2.3, Une population : les apprentis

A, Sous-représentation d'un segment social

Ayant principalement travaillé avec les apprentis en BTS AG et AM, c'est auprès d'eux qu'est née notre réflexion. Pourtant, cette population n'est que très rarement l'objet d'une étude sociologique : il n'y a à notre connaissance aucun ouvrage scientifique sur l'apprentissage en tertiaire dans le supérieur, et dans une moindre mesure sur la tranche d'âge des 18-25 ans.

936 Les lycées publics et sous contrat accueillent également des BTS, mais exclusivement en formation initiale (des périodes de stage en entreprise remplacent le temps en apprentissage de la formation en alternance). S. ORANGE a poursuivi cette étude dans ORANGE S., « Un "petit supérieur" : pratiques d'orientation en section de technicien supérieur », ***Revue française de pédagogie***, 167, 2009 : 37-45

937 Chacun des BTS a été réformé au cours des dix dernières années : le BTS Force de vente est devenu NRC, le BTS Action commerciale est devenu MUC (sur demande du secteur de la grande distribution, secteur dont est issue l'actuelle manager de l'UP6), Assistant de gestion est devenu à référentiel européen (sur demande de la Confédération générale des PME), Assistant de direction et Secrétaire trilingue est devenu AM (avec une forte composante linguistique).

A.1 L'apprentissage en tertiaire dans l'enseignement supérieur

Si les apprentis en formation supérieure sont étudiés, c'est d'abord sans distinction de filière ou de secteur[938], soit pour montrer l'échange gagnant-gagnant de l'apprenti et de l'organisation apprenante[939], soit pour pointer l'inadéquation entre la valeur « travail » transmise en formation et celle pratiquée en entreprise[940].

Cette sous-représentation du BTS dans les analyses tient pour partie de son positionnement ambigu dans la structuration des offres de formation en France depuis le passage au modèle LMD. Coincée entre les Bac Pro et la Licence (DUBRION, 2006), cette filière est délaissée au profit de toute une littérature portant sur l'entour du BTS : Bac, Bac Pro, BTS initial, Bac+3 et au-delà, formation continue pour adultes ; quand il est objet d'étude, le BTS l'est par secteur, ainsi les travaux sur les BTS industriels[941], montrant la relégation du technique dans l'enseignement français[942], et dans les stratégies d'orientation qui en découlent[943]. Tous ces travaux se situent en économie et socioéconomie, où l'approche bourdieusienne est largement dominante, tous insistent ainsi sur la reproduction des inégalités dans l'accès à la formation puis à l'emploi[944]. Les travaux de Sophie ORANGE sont les seuls, à notre connaissance, à porter sur les BTS Tertiaires, mais en formation initiale et en établissement public.

A.2 Les jeunes adultes

Communément appelés les « Jeunes » par le corps professoral, les apprentis en BTS viennent de passer le Bac, certains ont à peine 17 ans. D'autres reprennent les études, soit après

---

938 KERGOAT P., « Les différents visages de l'apprentissage ». *Agora*, n°4, 1998, p.75-84 ; MOREAU G., *Le monde apprenti*. Paris : La Dispute, 2003

939 VAN DE PORTAL M., « L'accueil des apprentis en formation supérieure », *Revue française de gestion*, vol. 10, n°190, 2008, p.31-42. <www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2008-10-page-31.htm>

940 GIRET J.-F. (dir.), *Des formations pour quels emplois ?*, Paris : La Découverte, coll. « Recherches », 2005, 400 pages, <www.cairn.info/des-formations-pour-quels-emplois--9782707146939.htm>

941 SANTELMANN P., « Parcours professionnels et formation », *Savoirs*, vol.3, n°9, 2005, p.69-83, <www.cairn.info/revue-savoirs-2005-3-page-69.htm> ; FRÉTIGNÉ C., DE LESCURE E., « Sociologie et formation en France », *Savoirs*, vol.3, n°15, 2007, p.9-55. <www.cairn.info/revue-savoirs-2007-3-page-9.htm> ; GORGEU A., MATHIEU R., « La place des diplômes dans la carrière des ouvriers de la filière automobile », *Formation emploi* vol.1, n°105, 2009, p.37-51. <www.cairn.info/revue-formation-emploi-2009-1-page-37.htm>

942 TROGER V., « La formation professionnelle des jeunes en question », *Sciences humaines*, vol.7, n°140, 2003, p.23-23. <www.cairn.info/magazine-sciences-humaines-2003-7-page-23.htm>

943 GENDRON B., *Les diplômés d'un BTS ou d'un DUT et la poursuite d'études : une analyse économique*. Paris : Publications de la Sorbonne, 2004

944 BOURDIEU P., PASSERON J.-C., *Les héritiers. Les étudiants et la culture*. Paris : Minuit, 1964 ; DUBAR C., « L'évolution des inégalités d'accès à la formation continue en France (1970-1990) ». *La tribune des mémoires et des thèses*, n°10, 1992, p.17-21 ; BEAUD S., 80 % de réussite au bac... Et après ?, Les enfants de la démocratisation scolaire, Paris : La Découverte, 2002

avoir découvert « l'impasse de la formation universitaire »[945], soit pour obtenir une qualification en adéquation avec les missions qu'ils réalisent déjà en entreprise : dans ce cas, il s'agit la plupart du temps de trentenaires, voire de quadragénaires. Entre les deux, la moyenne d'âge en entrée en BTS se situe autour de 20 ans (il n'est pas rare qu'il y ait eu des redoublements ou des échecs en première année post-bac). François DE SINGLY nommait « adonaissant » les jeunes préadolescents, le prêtre et psychothérapeute Tony ANATRELLA avait publié plusieurs ouvrages sur les individus perdus entre adolescent et âge adulte, ce qu'il nomme les « adulescents »[946] : si les apprentis sont invités à rentrer dans l'âge adulte au travers de leur formation, ils reproduisent néanmoins de nombreux comportements adolescents. Ce paradoxe les situe à la fois dans le projet identitaire de l'adolescence et dans l'incorporation des normes de l'âge adulte. Cette spécificité fait tout l'intérêt de leur étude : nous aborderons plus en détail les comportements génériques observés auprès de cette tranche d'âge à propos de leurs usages des TIC dans la dernière section.

Pris alors comme figure du sujet contemporain, l'apprenti du supérieur représente pour nous un matériau particulièrement concentré dans lequel convergent deux phénomènes : d'une part son engagement dans les métiers du tertiaire, et d'autre part sa confrontation à toute une somme de pressions sociales.

B, Entre service et représentation

B.1 Des entreprises de service

Les métiers de l'assistanat auxquels se destinent les apprentis peuvent se situer dans deux endroits distincts, non pas tant à cause de la taille de l'entreprise : si les AG travaillent traditionnellement en PME-PMI et les AM dans les grandes entreprises, il n'est pas rare qu'un AG travaille dans le département ou la filiale d'une grande entreprise, de même qu'un AM peut

[945] CdB, 12/03/2011. Commentaires récurrents des personnes venant à l'IMT pendant les Journées portes ouvertes, cherchant des renseignements sur leur orientation ou celle de leur enfant.

[946] DE SINGLY F., Les adonaissants, Paris : Armand Colin, 2006 ; ANATRELLA T., « Les "adulescents" », *Études* n°7, 2003, <wwww.cairn.info/revue-etudes-2003-7-page-37.htm>. Il est intéressant de noter que si « adolescence » possède un aspect inchoatif (suffixe –*sc*, qui marque la dynamique), l'adulte ne dispose pas de cet aspect. Dit autrement, l'adolescence est l'âge de l'individuation et de la métastabilité. L'âge adulte est celui de l'individu et de la stabilité. Or si l'identité est « liquide », la métastabilité devrait exister aussi à l'âge adulte, mais comme il n'y a pas d'inchoatif pour adulte, il serait trompeur de croire que le mot « adultère » remplisse ce rôle. Il provient d'*altus*, qui signifie aussi le changement, mais avec une connotation de fausseté, mensonge, viol (altérer). Il faudrait ainsi se garder de croire que l'adultère soit l'individuation de l'adulte. C'est pourquoi, *a contrario*, le terme d'adulescence nous intéresse, non pas dans l'attardement que signale son inventeur, mais en ce qu'il intègre l'inchoatif et donc l'individuation de l'âge adulte.

travailler dans une jeune entreprise de type *start-up*. La distinction tient surtout du lieu à l'intérieur de l'entreprise : les AM sont cantonnés au *back-office*, au bureau, à la direction administrative d'un service ou d'un site, et ne côtoient, hormis leurs collègues, que des fournisseurs. Leur face-à-face se réalise avec la hiérarchie, ce qui implique bien évidemment tout un travail de présentation de soi[947]. Cet aspect de la profession est d'ailleurs enseigné dès les premières heures de cours, et les apprentis ont obligation de venir aux épreuves d'entrainement en tenue professionnelle. À l'inverse, les AG, qui peuvent avoir des missions en *back-office* (comptabilité et administration), sont plus souvent sollicités à l'accueil du magasin (*front-office*), jouant ainsi le rôle d'interface[948]. Néanmoins, les injonctions vestimentaires sont moindres : la plupart des employeurs sont des entreprises du BTP, de la mécanique, et ne manifestent pas d'exigence sur la tenue de leurs apprentis. Il en va de même pour les BTS CGO. À l'inverse, les BTS NRC et MUC sont quotidiennement en représentation devant leurs clients, surtout quand ils travaillent dans la mode et le textile.

En dehors des missions commerciales[949], les relations professionnelles sont des relations de service : par définition, l'assistant de manager est attaché à son responsable hiérarchique, et au service qu'il dirige, comme l'AG l'est à son gérant et son entreprise. C'est là un premier niveau de relation de service, en « délégation » pour reprendre le jargon des épreuves professionnelles des AM : l'assistant doit représenter son responsable devant d'autres instances, aussi bien des supérieurs hiérarchiques que des collaborateurs. Ce premier travail sur la face se reproduit dans les relations avec les fournisseurs, les clients et les autres partenaires de l'entreprise (banque, assurance, administration publique). C'est là un second niveau de service. Dès lors, comme GOFFMAN porte son analyse sur la société de service, les éléments de lecture qu'il fournit seraient

---

947 Le *dress code* ultime – tant il est rigoureux – montré en formation est celui de l'*UBS, Union Bancaire Suisse*, Il ne s'agit pas d'un modèle à suivre, mais d'un outil pédagogique montrant le souci que des responsables d'entreprise peuvent manifester à l'encontre de la tenue vestimentaire.
<www.letemps.ch/rw/Le_Temps/Quotidien/2010/12/09/Culture& Societe/ImagesWeb/Dresscode_F.pdf>

948 Référentiel AG, page 6 : « Compte tenu de sa position d'interface interne et externe, l'assistant de gestion doit développer une forte dimension relationnelle. … En relation avec les partenaires internes et externes de l'entreprise, l'assistant de gestion peut avoir un rôle de représentation du dirigeant et doit donc répondre à une forte exigence en termes de comportement (amabilité, conscience professionnelle, diplomatie, discrétion, présentation adaptée)».
Référentiel AM, page 6 : « En qualité de représentant du manager ou de l'entité dans laquelle il travaille, l'assistant est au cœur de relations internes et externes, souvent complexes. L'exercice de sa fonction d'interface, notamment dans des contextes d'urgence, induit de fortes **exigences comportementales** » (souligné dans le texte).

949 Nous laissons également de côté les matières dites générales (opposées aux matières professionnelles) : anglais, économie et culture générale et expression. Cependant, en ce qui concerne cette dernière, nous renvoyons en page 324.

tout indiqués pour comprendre le fonctionnement de la communication interpersonnelle, mais au niveau pédagogique il n'en est rien : la microsociologie, l'interactionnisme ou l'approche pragmatique ne sont jamais mobilisés pour analyser les situations de communication que peut vivre l'apprenti.

Enfin, l'apprentissage passe par une phase inévitable d'évaluation des connaissances et des compétences, mais en plus de cet examen, les apprentis du tertiaire connaissent aussi un rapport au contrôle dans les activités de l'entreprise. En plus de la surveillance dont ils sont l'objet en tant qu'apprenti – le maître de stage, le tuteur se doit de vérifier les activités de l'apprenti -, les missions qui leur sont confiées accordent une place très importante à la vérification des données, au contrôle des processus, au logiques de qualités, que ce soit dans le domaine de la vente (surveillance des stocks, traçabilité des produits), du marketing (gestion de la relation client), du commerce (surveillance des rayons et des concurrents), de l'administration (gestion des ressources homme et temps), de la gestion (surveillance des flux monétaires de l'entreprise, facturation client/fournisseur et suivi des impayés), de la comptabilité (contrôle des saisies[950]) et du marketing (capture et analyse des données personnelles).

Pour terminer, le vocabulaire et les différentes étapes de la modélisation (Chapitre 2) sont inscrits aux référentiels des BTS du Tertiaire : si dans la plupart des cas, seul le modèle physique est requis, l'enseignement nécessite de passer par les premières étapes du vocabulaire et de la modélisation, à des niveaux plus ou moins avancés (dans l'ordre : CGO, AG[951], AM). La gestion informatique des ressources en entreprise, telle qu'elle est approchée par les apprentis, passe par des manipulations basées sur un langage de requête, SQL, des requêteurs graphiques (*Access*), ou des modules de saisie et interrogation appartenant à des *groupwares* plus volumineux (*Sage*, *Oracle*, *Business Object*, *SAP*). La maitrise de ces logiciels – de la compréhension abstraite à l'opérationnalisation – donne lieu à des évaluations, parfois avec des coefficients les plus lourds. Le prédicat est aussi un outil logique utilisé lors de l'analyse conceptuelle des modèles relationnels (méthode MERISE, encore enseignée en BTS.

Dans le *Post-criptum sur les sociétés de contrôle*, Gilles DELEUZE constatait justement que « le service de vente est devenu le centre ou l'"âme" de l'entreprise. On nous apprend que les

[950] CdB, 03/12/2009 : Cédric Angelier, « En compta, il y a 5% de saisie, tout le reste c'est du contrôle de saisie : on vérifie qu'on ne s'est pas trompé en tapant les chiffres ».
[951] Depuis la réforme de leur BTS, les AG ont un cours de Gestion des Systèmes d'Information (dont nous avons eu la responsabilité).

entreprises ont une âme, ce qui est bien la nouvelle la plus terrifiante du monde. Le marketing est maintenant l'instrument du contrôle social, et forme la race impudente de nos maîtres »[952]. Il en appelait alors à « observer ceux qui seront les opérateurs de ce contrôle, et qui tout à la fois en seront les cibles » : autrement dit les apprentis. Ce qui est d'autant plus logique car, comme apprenants, ils bouclent la boucle de la démonstration : « de même que l'entreprise remplace l'usine, nous dit DELEUZE, la formation permanente tend à remplacer l'école, et le contrôle continu remplacer l'examen. Ce qui est le plus sûr moyen de livrer l'école à l'entreprise ». Avec F. GUATTARI, G. DELEUZE verra d'un œil très pessimiste la combinaison du marketing et de la formation professionnelle :

> « Si les trois âges du concept sont l'encyclopédie, la pédagogie et la formation professionnelle commerciale, seul le second peut nous empêcher de tomber des sommets du premier dans le désastre absolu du troisième, désastre absolu pour la pensée quels qu'en soient bien entendu les bénéfices sociaux du point de vue du capitalisme universel »[953].

B.2 L'opérationnalité communicationnelle

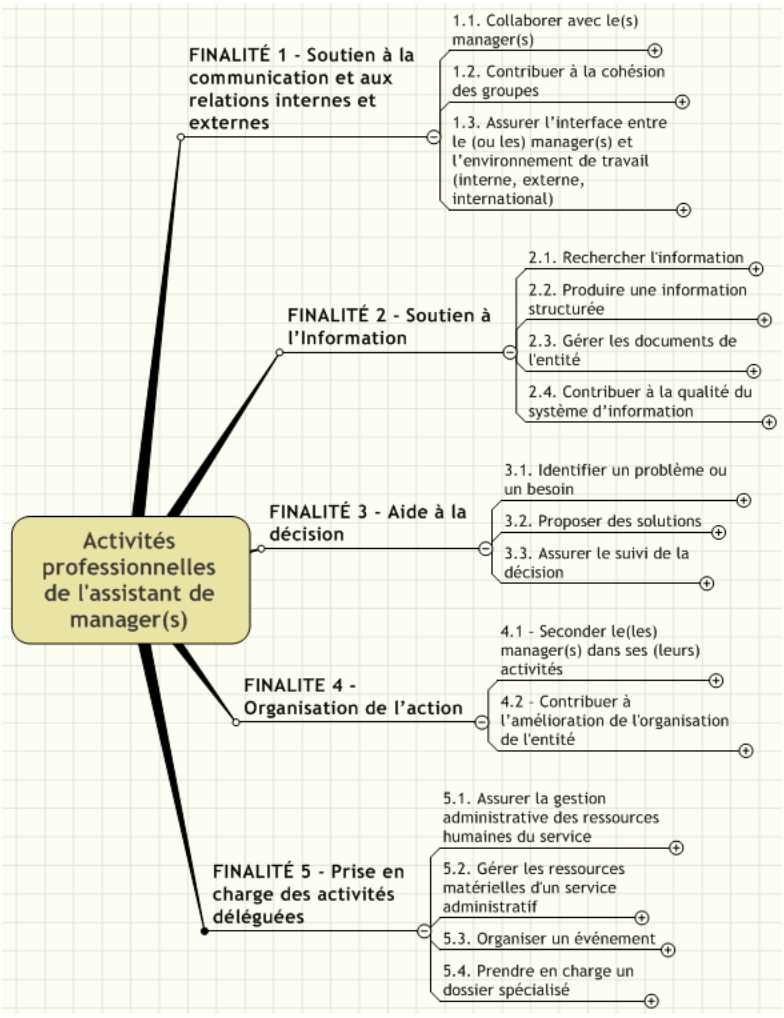
Les cours de communication, similaires en AM comme en AG, reprennent les bases de la communication non verbale, de la PNL, la gestion du stress et des conflits, les conventions de la communication orale et écrite, par téléphone ou par courrier électronique.

- Le bac professionnel ARCU (accueil relation clients et usagers, anciennement bac pro services, avant 2010[954]) est divisé en activité, chacune sanctionnée par une épreuve : l'activité 1 concerne l'accueil en face-à-face et l'A2 l'accueil téléphonique. Les manuels scolaires reprennent ce référentiel[955], divisé en étape : prendre contact[956], filtrer la demande, analyser la demande, traiter la demande, assister et prendre en charge, gérer l'attente, prendre en note et transmettre des messages.

---

952 DELEUZE G., « Post-scriptum sur les sociétés de contrôle », *L'autre journal*, n°1, 1990,
953 DELEUZE G., GUATTARI F., *Qu'est-ce que la philosophie ?*, Paris : Minuit, (1991), 2005
954 Référentiel : <eco-gestion-lp.ac-amiens.fr/sites/eco-gestion-lp.ac-amiens.fr/IMG/pdf/Referentiel_Bac_Pro_ARCU.pdf>
955 *Accueil Premières et Terminales*, Montbéliard : GEP, Eyrolles, 2010 ; *L'accueil téléphonique*, ARCU, Paris : Hachette, coll. « Technique », 2010 ; *La gestion, Bac Pro 1ère et terminale*, ARCU, Paris : Fontaine Picard, 2012
956 Le chapitre 2 du manuel GEP 2010 s'intitule « Identifier, caractériser le visiteur et personnaliser la relation »

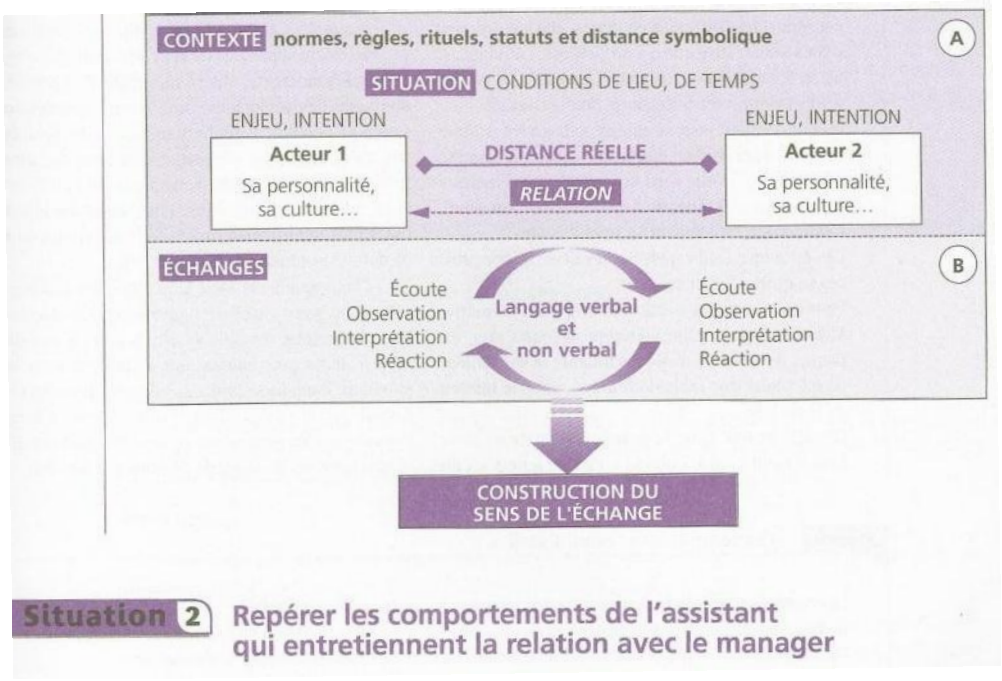
- Le BTS AG est divisé en 8 activités, les sept premières se réalisent au moyen de logiciels (gestion de la relation client/fournisseur, gestion du syst. d'information, etc.). La 8ème activité concerne la communication globale, en interne avec la tâche T.8.1.3 : « communication orale interpersonnelle et de groupe » et en externe : « accueil en face à face et au téléphone et via les médias informatisés » (T8.2.1)
- Le BTS AM est divisé en 5 finalités, dont la première concerne la communication avec le manager, le service, mais également, de par la dimension internationale des entreprises, les partenaires étrangers. L'assistant, en plus du rôle qu'il doit se composer avec ses interlocuteurs proches, doit également être capable d'adapter sa communication (en face-à-face) en contexte interculturel, c'est d'ailleurs l'une des épreuves de langue du BTS.



Ill. n° 23 : Les 5 finalités professionnelles de l'Assistant de Manager

Les manuels scolaires dédiés à la finalité 1 fournissent le discours suivant :

> « Dans une communication interpersonnelle, chaque acteur exprime son identité : sa personnalité, ses valeurs, sa culture, son expérience, ses opinions.
> L'enjeu de l'échange pour un acteur correspond à ce qu'il peut y perdre ou y gagner sur un plan identitaire (une légitimité, une crédibilité, une image de soi) et/ou sur un plan opérationnel (une simple approbation ou confirmation).
> Il donne lieu à une stratégie d'influence, consciente ou non, qui traduit l'intention de l'acteur dans l'échange : informative, conflictuelle, coopérative »[957].



Ill. n° 24 : Extrait d'un manuel scolaire sur la communication en entreprise

Des contenus ainsi structurés, il ressort une acception de la communication opérationnalisée avec le postulat d'un agir systématiquement stratégique sur la base et dans l'objectif d'un projet identitaire (traduit ici, pour l'une – la base – en travail de figuration, pour l'autre – l'objectif – en

[957] *F1, Soutien à la communication et aux relations internes et externes*, Paris : Hachette, coll. « Technique », 2008, page 21 pour l'illustration, page 23 pour la citation. Voir aussi les manuels chez Nathan Technique et Fontaine Picard, qui proposent des grilles d'analyse similaires s'inscrivant dans le même discours général de la communication.

enjeu de réputation), et ce en contexte professionnel ou non, concernant l'assistant ou n'importe quel interactant. Notre hypothèse est que l'universalisation d'un tel modèle d'agir communicationnel pourrait, en s'encastrant dans les habitus, modifier les modes de communication infra-ordinaires : toute intention se dévoilerait par l'entremise de cette méthode. L'approche rationnelle contenue dans ce mode viendrait ainsi soulager des difficultés sociales et communicationnelles que les apprentis du tertiaire subissent par ailleurs. Nous y reviendrons dans le chapitre 7.

C, Être soi dans un monde de normes

Le deuxième phénomène attaché à la population des apprentis, et qui en fait pour le chercheur un matériau particulièrement riche, est la convergence de pressions sociales. Nous distinguons 6 sources : la famille, l'organisme de formation, l'entreprise, le cercle social rapproché (les liens forts), l'actualité et les médias, la modernité.

En plus des matériaux ethnographiques apportés par le quotidien de la formation, nous baserons notre analyse sur les résultats de notre enquête en ligne. Nous avons notamment posé la question suivante [Q70] : « Si nous considérons qu'aujourd'hui, nous sommes soumis à des pressions, pouvez-vous indiquer lesquelles vous semblent les plus fortes ? » ; les sous-questions étaient : les parents, la vie de couple, les enfants, les études, les conditions de travail, le chômage, le pouvoir d'achat, la publicité et le marketing, le regard des autres, l'actualité, l'État (fisc, police, lois, etc.). Les éléments de réponse étaient : ne s'applique pas, pas du tout, plutôt non, plutôt oui, tout à fait.

C.1 La famille

Au niveau national, les statistiques indiquent que 63,1% des bacheliers (filière professionnelle) sont originaires de milieux dits populaires (père ouvrier, employé ou inactif), contre 33,7% des bacheliers généraux[958]. L'échantillon exploratoire confirmait cette tendance. Toutefois, les résultats de notre enquête en ligne montrent des résultats plus précis : il faut ainsi signaler un grand nombre d'apprentis ayant soit pour parent des cadres, professions libérales ou chefs d'entreprise (31%), soit des parents retraités, inconnus ou décédés (11%), soit inactif ou en incapacité (6%), le reste étant soit ouvrier (12%) soit employé (25%)[959]. Ainsi, 54% des foyers sont

[958] Ministère de l'Éducation Nationale, Repères et références statistiques, 2008
[959] 13% n'ont pas souhaité répondre à la question.

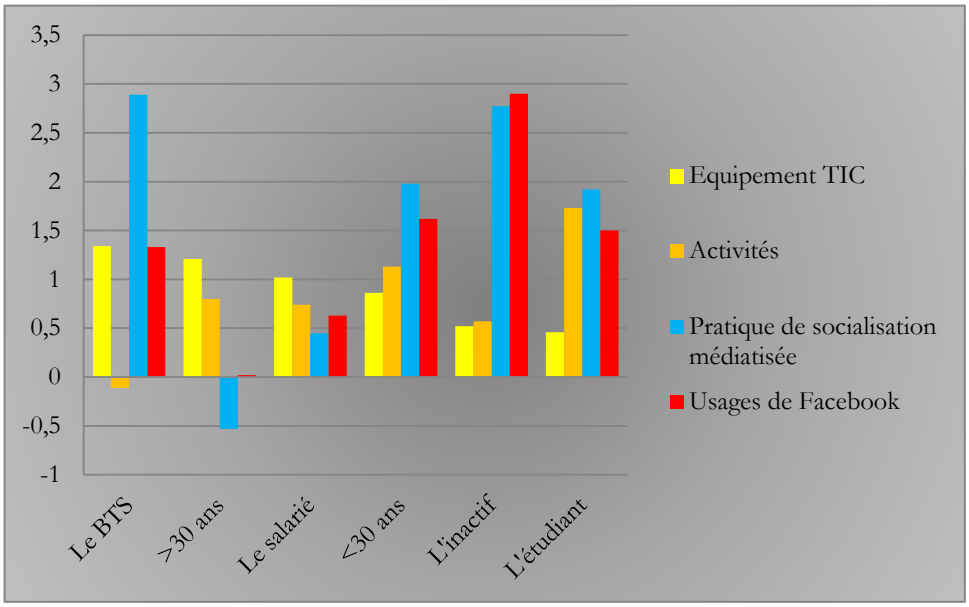
avec des revenus limités, et l'une des pressions principales auxquelles sont soumis les apprentis est celle d'apporter un complément de salaire à la famille (dans de rares cas, hormis les allocations, c'est d'ailleurs le seul revenu du domicile ; dans le cas contraire, le salaire revient à une forme d'argent de poche)[960]. Les 54% des apprentis ayant répondu au questionnaire et habitant encore chez leurs parents sont d'ailleurs les seuls à estimer que cela engendre « beaucoup », voire « énormément de pressions » (respectivement 28% et 4%). Parmi ceux-ci, il est des cas de jeunes filles dont la famille est originaire d'un pays du Maghreb, et qui se voient menacées d'un « retour au bled », parfois accompagné d'un « mariage arrangé », en cas d'échec au BTS (Jaïna). D'autres verront l'un de leurs parents atteints de maladies (cancer du père d'Hermione, accident vasculaire cérébral avec hémiplégie pour la mère d'Élisabeth : les deux décéderont quelques temps après le BTS). Certains apprentis ne seront pas épargnés non plus par les accidents ou la maladie : Albert a tué ses amis le soir où il a eu son permis de conduire, il souffre de troubles cognitifs qui ont nécessité un aménagement de son temps scolaire ; en dehors, il accompagne la Prévention routière dans chaque action de sensibilisation au lycée et témoigne dès qu'il le peut, y compris sur Facebook.

[960] Le salaire moyen d'un apprenti en juillet 2011est calculé selon l'âge de l'apprenti, il va de 25% à 61% du SMIC, soit entre 573 et 853€/mois. <www.lapprenti.com/html/apprenti/salaire.asp>

Extrait n° 3 : Albert témoigne de son accident meurtrier sur le plateau de vie privée, vie publique

Nelly, 20 ans, vient en cours avec sa pompe à insuline ; Noémie s'est vue diagnostiquer une tumeur au cerveau lors d'une visite à la médecine du travail, après avoir mis en suspens ses études pendant un an, elle reviendra à l'IMT, avec pour seule séquelle ce que la radiothérapie aura fait à ses cheveux : elle évoque la dernière séance dans un statut publié sur *Facebook* (Extrait n° 1).

Cependant, dans ses familles d'origine modeste, la poursuite des études après le BTS, associé au salariat, sont des marques de réussite sociale qui procurent une « grande fierté » aux parents. (Anaïs, Bérénice, Isabelle). L'un des marqueurs que nous avons identifié dans cette réussite sociale concerne le taux d'équipement en matériel électronique (marqueur jaune dans le graphique *infra*), le plus élevé de tous les segments de population de notre enquête : alors que la moyenne des BTS est de 7, la moyenne de tous les répondants est de 6,6. Pourtant, aux questions relevant de l'usage de cet équipement (marqueur orange), les BTS ont la note la plus basse (6,76, pour une moyenne générale de 7,87). C'est l'exact profil inverse du profil « étudiant », qui a le plus faible taux d'équipement mais qui procède le plus à des activités info-culturelles. De même, le profil BTS est celui qui utilise les plus les réseaux socionumériques (marqueur bleu), à l'inverse des plus de 30 ans, mais avec un usage assez simple (marqueur rouge) : tandis que l'inactif exploite la totalité des fonctionnalités du site (notamment les jeux), le salarié reste cantonné à la publication de statut ou la republication de contenus.



Graphique n° 8 : Comparaison des taux d'équipement, d'activités informationnelles-communicationnelles, de pratiques de socialisation médiatisée et d'usages de Facebook[961]

Nous interprétons ces données comme la volonté pour les apprentis en BTS d'afficher par des appareils électroniques (souvent mobiles) et sur *Facebook* leur réussite : il n'est pas rare ainsi de voir en cours des jeunes avec deux téléphones mobiles en même temps (Karl en a même trois), ou alors en en changeant très régulièrement (nombreux sont les MUC/NRC à travailler dans des boutiques d'opérateurs en téléphonie mobile et bénéficient d'avantages conséquents), de même pour les ordinateurs portables (Laurie, qui souffre d'un handicap, prend ses cours avec un *iPad*), et tout cela avec des salaires d'apprentis.

Enfin, de nombreux apprentis connaissent des situations de solitude, en raison de leur expatriation : à 16 ans, Franck a quitté sa famille au Burkina-Faso pour venir faire ses études en France, il est aujourd'hui en MUC, et sans nouvelles de sa famille. Émeline a fui le génocide rwandais, sans non plus savoir ce que sont devenus ses parents, partant avec sa sœur ainée qu'elle perdra de vue une fois arrivée en Europe : elle souffre depuis des séquelles d'armes chimiques. Hans et Henrietta viennent d'Allemagne ; Helena d'Ukraine, Iula du Kazakhstan, Gina d'Estonie : elle a fini major académique des candidats en Compta-Gestion, toutes ont suivi leurs maris (ingénieurs français dans des grandes entreprises de l'agglomération), Julietta a quitté le Brésil et a terminé sa 2ème année de BTS en dormant dans sa voiture.

[961] Axe basé sur (taux-moyenne)+1. Pour le BTS : (7-6,66)+1=1,34

C.2 L'organisme de formation

Si les parents sont plus une source d'encouragement à la réussite sociale, passant par la réussite scolaire, l'engagement dans les études est toutefois plus délicat. D'abord de manière structurelle, comme le signalait la sociologue S. ORANGE spécialisée dans l'enseignement, et à notre connaissance la seule à œuvrer dans cette filière du brevet en secteur tertiaire, « Le BTS apparait plutôt comme la prescription d'un horizon scolaire aux publics les moins dotés scolairement et socialement, et plus sensibles que d'autres aux injonctions délivrées par l'institution », (ORANGE, 2010). Ainsi, c'est souvent un choix par défaut que font les futurs apprentis au moment de leur orientation, et ce exclusivement à l'intérieur de l'espace des BTS : AG ou AM ? NRC ou MUC ? Délaissant l'université à cause de l'impasse dans laquelle elle les a conduit (Steve n'a pas trouvé d'autre emploi que l'enseignement malgré un M2 Recherche en Mathématiques et un M2 Pro en Informatique : il est retourné en 1ère année de CGO), ou pour laquelle ils ont de nombreux aprioris (souvent véhiculés par les grands frères, cousins, cousines, voisins, etc.), et conditionnés par leur propre ressenti de la scolarité (« les amphis, c'est pas pour moi », Carmen), voire leur phobie scolaire (Isabelle) ou leurs handicaps (Mathilde, Laurence, Françoise, Laurie), les futurs apprentis choisissent une voie qui leur parait confortable : à court terme, avec des garanties d'embauche, alliant le côté pratique et théorique, assurant une polyvalence (Hermione, Florence, Doriane). Néanmoins, pour reprendre le slogan de l'IMT dans ses journées portes ouvertes, « la réussite au bout des doigts » n'est pas si facile, ni garantie : le BTS est un examen national sans épreuve de rattrapage, et le modèle économique des contrats d'apprentissage fait que les entreprises préfèrent renouveler leurs apprentis plutôt que leur assurer un CDI. Dans l'enquête, près de la moitié des apprentis ne seront pas reconduits à la fin de leur contrat (soit du fait de l'employeur : 24%, soit de celui de l'apprenti : 32%). 12% poursuivront en licence pro, 8% en CDD et intérim, 8% en CDI. Les chiffres transmis par l'IMT sont relativement flous sur l'employabilité, mélangeant les scores des différentes UP. Toutefois, après 10 années passées comme formateur, nous savons que le parcours standard d'un BTS tertiaire démarre par plusieurs années de petits contrats, avant d'arriver à une stabilisation, souvent en deçà des compétences d'un technicien supérieur (Marianne est secrétaire de mairie, Bérénice est opératrice de découpe dans un abattoir).

Afin d'éviter cet écueil, l'équipe pédagogique s'attache à transmettre dans les meilleures conditions (permises par le management et les choix de la direction) les savoir-faire et savoir-être mentionnés dans les référentiels. Toutefois, comme le dit Claire G., professeure principale des MUC, « on ne transforme pas un âne en cheval de course » : les enseignants ont conscience des difficultés scolaires et des représentations que les apprentis se font de l'enseignement. Néanmoins, le rythme

des évaluations (surtout dans le cadre du contrôle en cours de formation), et le poids accordé aux bulletins scolaires (chapitre 1, section 3.2.A) et au livret pédagogique incitent les formateurs à maintenir sous pression leurs apprentis[962]. Ceux-ci expriment d'ailleurs, dans une unanimité du coup suspicieuse, que les études provoquent « énormément de pressions ». De plus, les bulletins (commentés) sont transmis à l'employeur : si certains n'en ont cure, et d'autres en profitent pour motiver une rupture de contrat, dans l'ensemble les employeurs n'apprécient guère les mauvais bulletins, ceux-ci déterminant en général une convocation par la direction de l'entreprise.

Extrait n°4 : Bérénice est convoquée par sa tutrice à son propos de son bulletin scolaire [F011]

Dans de rares cas, des avertissements sont indiqués par l'équipe pédagogique (pour défaut de résultats ou de comportement), encore plus rares sont les conseils de disciplines (« une douzaine dans l'année », selon Thomas Viron, et surtout parmi les CAP et les Bac Pro). Malgré ses 2800 résidents, et la proximité avec des quartiers réputés sensibles, l'IMT ne souffre pas de problème de

[962] La délivrance du titre de Technicien supérieur est assurée avec l'aval d'une commission nommée Grand Jury. Présidé par l'Inspecteur académique (IA) en charge du BTS, ce Grand Jury est composé des présidents de jury des différentes épreuves, ainsi que des professeurs principaux des lycées publics et privés sous contrat, et exceptionnellement des établissements hors contrat représentatifs, comme l'IMT. À partir des statistiques de réussite du BTS et des années précédentes, l'IA peut décider de mettre au repêchage un certain nombre de candidats dont la moyenne générale est supérieure à un seuil fixé de manière arbitraire. Certaines années, ce seuil se situait à 9,15, en général il oscille autour de 9,8. Pour cette poignée de candidats, le Grand Jury se base sur le livret pédagogique, sur lequel sont inscrits les moyennes de 1ère et 2ème année de BTS, les commentaires des enseignants, l'avis de l'équipe pédagogique (très favorable, favorable, assez favorable, doit faire ses preuves à l'examen), et une courbe de notes du candidat le positionnant par rapport à ses camarades de promotion (afin d'identifier si l'enseignant surnote ou pas ses élèves). Selon les années, et les IA, certains de ces indicateurs sont pris en compte au moment du vote.

violence en interne : un vigile filtre les entrants (sur présentation de la carte d'apprenti de l'IMT). Il n'y a pas lieu ainsi, estime le directeur, d'installer des caméras de surveillance ou des portiques à l'entrée. Nous ne savons pas toutefois si ce choix sera maintenu lors de l'extension des travaux prévue pour 2015.

Le règlement intérieur est le seul document de référence pour la discipline au sein de l'IMT : il stipule ponctualité et tenue professionnelle, risque d'exclusion pour bavardage ou usage des téléphones mobiles. Toutefois, le curseur d'application de ce règlement change d'un enseignant à l'autre, d'une filière à l'autre, d'un niveau de diplôme à l'autre. C'est la connaissance de son « public » qui détermine le niveau de discipline en classe : en reconnaissant la nature du cliché, les différents enseignants estiment que les MUC sont « bavards, dissipés mais bosseurs et attachants », les CGO « sympathiques, scolaires, laborieux mais pas très marrants », les NRC sont « de sympathiques flemmards à cadrer en permanence », les AG ou les Bac Pro sont « mous et scolaires mais pas pénible », les AM « de petites rigolotes, un peu prétentieuses, qui aiment leur métier ». Les commentaires sur les CAP sont en général plus désabusés, voire aigris. Dans l'ensemble, la discipline exigée par les formateurs correspond à un état d'esprit conduisant l'apprenti à s'investir dans le travail scolaire, avec comme objectif à moyen terme la réussite au BTS, et à long terme la réussite professionnelle. Le besoin de gratification immédiate semble peu compatible avec cet agenda.

C.3 L'entreprise

Les objectifs fixés en entreprise sont plus sollicitant : ils reposent à la fois sur le comportement et sur la performance. En termes de comportements, les attentes se situent inévitablement dans la tenue vestimentaire et la tenue de l'accueil (section 2.2.b.1), le respect et la courtoisie, bref les conventions sociales de l'adulte en contexte professionnel, telles que retransmises par la formation. À cela s'ajoute néanmoins le paradoxe du jeune adulte, confronté notamment à des injonctions médiatiques. Depuis quelques années, les tuteurs en entreprise se plaignent du comportement « quasi addictif » de leur apprenti, connecté en permanence qui à *Facebook* (Bérénice), qui à son téléphone mobile (Nadège)[963], à tel point parfois que l'employeur envisage une rupture de contrat. En dehors de ces cas exceptionnels (pour lesquels nous ne pouvons confirmer un ancrage), la vie en entreprise est diversement appréciée : si une moitié s'estime flattée d'être « considérée comme un adulte » (Anaïs), un pair dans l'entreprise, d'autres

[963] Copie du courrier adressé à Nadège par son employeur, annexe 22.

n'ont pas ce ressenti, nous ne saurions dire ce qui tient de la culture de l'entreprise ou de la personnalité de l'apprenant. Si 50% estiment que leurs conditions de travail occasionnent « peu de pression », 41% estiment par contre qu'elles en créent « énormément ».

Nous pensons cependant que le rythme de l'alternance, et les exigences de l'entreprise sont sources de stress chez les apprentis. En effet, sachant que les contrats de 1ère année commencent en général avant le début des cours (dernière semaine d'Aout), et que les premiers congés de formation se traduisent par des semaines à temps plein en entreprise, il est traditionnel de voir le groupe-classe exténué aux alentours de Noël : souvent l'apprenti est astreint à rester au travail pendant que ces collègues font le pont. Idem, les premiers congés payés n'arrivent qu'en mai, à la fin de la 1ère année de formation. Le rythme de l'alternance pratiquée par l'IMT est de 2 jours de formation et 3 jours en entreprise.

Extrait n°5 : Aline poste un statut pendant un cours pour signaler que son employeur vient de l'appeler

De ce fait, il est fréquent que les assistants, qui gèrent seul un service ou des missions, aient à rattraper le retard occasionné par leur présence en formation, voire pour nombre d'entre eux à gérer les missions pendant le temps de la formation : ce qui est interdit par le droit du travail, et par le règlement intérieur. Selon les formateurs, les apprentis sont autorisés à répondre au téléphone quand leur employeur les appelle en plein cours.

En effet, dans le respect des méthodes de gestion du temps et des ressources transmises en formation et appliquées en entreprise[964], les apprentis ont un agenda très serré quant à leurs missions : quotidiennes, hebdomadaires, mensuelles, nécessitant beaucoup d'anticipation et d'organisation (pour tout ce qui relève de la gestion des droits de douanes, la gestion des stocks, des ressources humaines, des factures à 30 jours, des relances d'impayés, des déclarations sociales et fiscales, etc.). Les projets que doivent présenter les candidats au BTS, toute filière confondue, intègrent des indicateurs de réussite : pour les AG, c'est par exemple le nombre d'impayés collectés[965], pour les MUC ou les NRC, ce sont les ventes réalisées ou le taux de fidélisation, pour les AM, c'est le respect du calendrier dans un projet (type déménagement de site, séminaire, séjour d'un collaborateur étranger)[966], pour les CGO, c'est le nombre d'erreurs dans l'application du processus, etc. S'ils sont importants dans le cadre du projet pédagogique, ils sont stratégiques en entreprise, et une grande majorité d'apprentis se plie au jeu de la performance professionnelle. Les apprentis sont ainsi soumis à de nombreuses injonctions à l'autonomie, d'abord pour assurer la continuité du service (leur présence – et leur apprentissage – ne doit pas être un frein à l'activité de l'organisation), ensuite pour conditionner leur réussite (le parcours en entreprise s'évalue d'ailleurs sur cette capacité à s'autonomiser)[967].

C.4 Les autres cercles sociaux

Au niveau des liens faibles, la proximité avec d'autres filières, d'autres tranches d'âge, d'autres groupes culturels sont problématiques dans un établissement comme l'IMT : si les coiffeuses se battent fréquemment entre elles, sous les yeux des mécaniciens, l'ambiance entre les BTS est aussi souvent tendue, principalement au moment des épreuves de simulation (BTS blanc), ainsi il y a toujours un peu d'animosité entre les AM et les MUC quand ils partagent l'amphithéâtre (où ont lieu les épreuves écrites). Le fait que les classes d'AM et d'AG soient principalement constituées de filles n'est pas non plus sans poser de problème : quelques invectives, quelques crachats, voire des bagarres viennent ponctuer la vie de l'IMT[968]. Ainsi, le regard des autres, les moqueries sur la tenue des uns et des autres, les quolibets dans les couloirs, les rumeurs, tout ce qui

964 Méthodes de Gantt et PERT pour l'ordonnancement des taches dans la gestion de projet ; GTD et Eisenhower pour la priorisation des taches dans le quotidien, etc..
965 Liste des « actions projets » possibles en annexe 23.
966 Liste des compétences à mobiliser par un AM pour la réalisation des « actions projets », en annexe 24. Les actions expliquées aux tuteurs, en annexe 25.
967 Voir un exemple de compte-rendu, réalisé dans l'entreprise accueillant Bérénice (annexe 26).
968 Ayant également travaillé dans des classes composée exclusivement de garçons (IUT mécanique), ce type de comportement n'existe pas.

renvoie à la vie du collège ou du lycée, se retrouve dans l'établissement et procure un ressentiment diversement apprécié : si, pour 21% des sondés, le regard des autres ne provoque aucune forme de pression, et si 53% estiment que cela en provoque « un peu », ils sont 26% à signaler que le regard des autres provoquent « énormément de pression ».

Les liens forts, établis avant le BTS (copains du lycée) et pendant, sont également sources de sollicitations pour la vie extra-scolaire, nocturne, festive, vacancière. Gérard sortait en bar et boite de nuit du mercredi au samedi. Toutefois, le rythme de l'alternance évoqué dans le paragraphe précédent empêche de répondre à toutes les demandes, et une mauvaise gestion de l'équilibre entre travail (scolaire et professionnel) et loisirs occasionne beaucoup de stress : nombreux sont les apprentis à mettre en veille leurs activités sportives quand elles connaissent un rythme intensif (Odile jouait au foot au niveau national, Hermione fait du ski en compétition), tandis que d'autres au contraire adhèrent à des clubs de fitness et y vont en groupe (Anaïs, Bérénice, Carmen, Élisabeth, Hermione et Patricia). Si les sorties en groupe se font plus rares (mais sont organisées longtemps à l'avance), elles procurent chez les apprentis un sentiment de détente : c'est d'ailleurs, en regard des autres formes de pression, leur source principale de relaxation (61%), avec la consommation d'œuvres culturelles (31%, seul ou en groupe : sortie ciné, soirées télé, concerts plus rarement)[969].

Extrait n°6 : Bérénice va au gymnase (message posté pendant le temps de formation)

[969] Les autres sources de détente sont la consommation d'excitants (60% en prennent plus ou moins quotidiennement : café, cigarettes, amis également boissons énergisantes dès les premières heures de cours, tandis que seulement 12% avouent prendre des calmants) ; 60% font du sport (dont la moitié sont les activités intensives : sport de combat, ski hors-piste, musculation) ; plus de 60% avouent ne pas ou peu jouer (y compris des jeux vidéo) ; 81% se détendent par des ballades, randonnées, voyages (Grenoble est dans une région montagneuse, et les apprentis qui viennent de l'extérieur de la ville sont souvent originaires de villages de montagne, comme Hermione, Bérénice ou Quentin)

Enfin, de la même manière que la famille énonce ses propres attentes en termes de réussite, la vie de couple est également source d'injonction : Bérénice a dû négocier avec son compagnon (qui travaille de nuit) pour aménager son temps de travail au détriment de la vie de couple. Après le BTS cependant, elle donnera naissance à une petite fille. Renée accouchera juste avant les examens (qu'elle ne pourra pas passer, abandonnant du coup le BTS et les études). Laurie, comme quelques autres (Sylvie, Thérèse, Ursula, Prune, Quitrie), a déjà des enfants : le travail en entreprise, plus ses propres devoirs scolaires qu'elle doit réaliser à la maison, empiète grandement sur le temps qu'elle peut passer avec ses enfants. Celles et ceux qui ont des enfants ont d'ailleurs répondu, dans le questionnaire, que cela provoquait « énormément de pression ». Si le projet de fonder une famille n'est pas d'actualité pour un grand nombre d'apprentis, ils sont plusieurs à envisager cependant l'achat d'une maison : le compagnon d'Hermione travaille dans le bâtiment et retape des maisons. Ils en ont acheté une entre la 1ère et la 2ème maison. Bérénice a acheté la sienne peu après[970].

Extrait n°7 : Bérénice achète une maison [A006]

C.5 L'actualité et les médias

La naissance d'un foyer, le début d'une carrière professionnelle, l'entrée dans la vie adulte se construisent au sein d'un contexte socio-économique que les apprentis connaissent bien :

970 En raison des prix de l'immobilier à Grenoble, et en raison aussi de l'attachement territorial de ces personnes, leurs maisons se situent très loin de l'agglomération.

d'abord et surtout par les cours d'économie et de culture générale, ensuite par leur curiosité vis-à-vis de l'actualité. Les pratiques informationnelles sont très pauvres dans cette population : si une très grande majorité vient au travail en voiture, aucun n'écoute de chaine d'informations ; à leur domicile, les émissions de divertissement l'emportent, même si quelques-uns regardent des reportages (***Capital*** sur ***M6***, « parce que la prof d'éco l'a demandé »). Aucun n'achète de quotidien, sauf le ***Dauphiné Libéré*** le dimanche (« tradition familiale », avoue Carmen, qui avoue aussi ne pas le lire). Dès lors, les représentations qu'ils se font de leur environnement socioculturel, politique et économique sont soit très fragiles et souvent erronées, soit radicalisées : entre ceux qui pensent que le FN est un parti d'extrême gauche (Hermione), et ceux qui y adhèrent (Carmen et Patricia pour le FN, Wanda pour l'extrême-gauche), entre ceux qui pensent théorie du complot (Vincent) et ceux qui rêvent de révolutions (Gérard, Wanda), tous les autres sont en général assez fatalistes face au jeu des puissants (Bérénice, Florence, Nadège, Ursula). Dans l'enquête, seuls 25% estiment que les actualités sont source de stress : les autres considèrent que les questions de chômage, de pouvoir d'achat, de crise ne s'appliquent pas à eux. Comme on l'a vu à l'occasion des émeutes de la Villeneuve, seuls les événements de proximité les interpellent, et de manière critique par rapport aux traitements médiatique ou politique qui en sont fait.

De même, les injonctions liées à la mode et à la publicité résonnent de manière ambiguë parmi cette population. Laissant de côté ceux qui travaillent dans ce secteur (MUC en alternance dans des boutiques à la mode), la réponse aux nouveautés s'opère principalement dans les gadgets, comme nous avons pu le voir à propos du taux d'équipement. Néanmoins, les accessoires et les marques vestimentaires, les groupes de musique et les stars du moment apparaissent régulièrement à l'IMT et sur ***Facebook***, accompagnés de leur lot de commentaires[971]. Le besoin de reconnaissance est très fort pour ces jeunes[972], dont beaucoup connaissent des problèmes familiaux (familles recomposées, pères absents) : certains expriment dans des projets autres ce désir de reconnaissance[973]. Entre le

[971] Corpus A sur l'apparence

[972] La « reconnaissance » est une théorie sociale développée par Axel HONNETH, continuateur de l'école critique de Francfort. Elle est portée en France par le chercheur en SIC Fabien GRANJON : nous ferons référence à son article dans le chapitre 6, section 3.1.A concernant l'autoréalisation. Ses propos ont également fait l'objet d'un développement plus soutenu dans l'ouvrage Granjon F., ***Reconnaissance et usages d'internet. Une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée***, Paris : Presses des Mines, 2012, Nous nous contenterons de comprendre la reconnaissance – ici et maintenant – sous son acception générique, et plus loin à travers les explications d'A. HONNETH et F. GRANJON concernant l'autoréalisation et l'autoréification

[973] Damien et Etienne intégreront des collectifs d'artistes à la fin de leurs BTS ; Camille sera élue première dauphine au concours Miss France ; Aline se lancera dans le mannequinat ; nonobstant l'échec à son BTS, Renée intégrera un CAP restauration ; Valérie est partie en Australie, Raoul au Canada ; Inès a ouvert une pâtisserie orientale, Françoise un chenil.

regard des autres, le parcours biographique et les représentations médiatiques, notamment de la femme et du corps de la femme, certaines étudiantes ont souffert de graves problèmes d'anorexie (Agathe s'en est sortie sans séquelle ; Béatrice a fait une tentative de suicide pendant la 2ème année, a demandé son internement en hôpital psychiatrique : nous la retrouverons quelques années plus tard dans un autre centre de formation, mais son anorexie s'étant transformée en boulimie, elle achèvera sa formation en cure de désintoxication ; Zoé a été hospitalisée sur demande de son employeur quand elle est passée en dessous des 35 kg).

C.6 La modernité

La question de la génération est souvent évoquée, à la fois par les employeurs qui constatent l'addiction aux TIC, l'irrespect de la hiérarchie et les défauts du travail de figuration exigé en entreprise, et par les enseignants, qui déplorent que chaque année, « le niveau baisse ». Si cette question a été largement rebattue par les sociologues taxant d'opportunisme le marketing[974], nous préférons employer comme élément d'explication la sociohistoire que les philosophes ont nommé « seconde modernité » (chapitre 4). Ainsi, les apprentis que nous avons eu en BTS sont pour la plupart encore dans la construction de leur projet identitaire, soit qu'il l'affirme explicitement (Marc et Agathe vont assumer leurs préférences sexuelles), soit qu'il s'essaye encore à se trouver une identité (Anaïs va afficher sur sa page *Facebook* les nombreux changements de style, de coiffure, de registre ; après le BTS, elle va rentrer à l'école navale et est aujourd'hui embarquée en tant que sous-officier attaché à l'administration d'un porte-avions nucléaire). Cette découverte de soi (qui passe par le dévoilement, sur *Facebook* ou hors ligne) se fait dans la confrontation avec le regard des autres et avec les normes sociales des espaces dans lesquels se meuvent les apprentis : au-delà d'un métier, c'est une posture d'adulte dont ils font l'apprentissage.

Notre hypothèse est que *Facebook*, et l'ensemble des dispositifs identitaires à fonction endogène que les jeunes adultes se choisissent, serait à même de canaliser à la fois la dimension normative (par la modélisation informatique d'un cadre socioculturel) et le projet identitaire (par les fonctions de sémiotisation et socialisation). D'une double contrainte il ferait un flux (une double hélice), participant de cette identité liquide et de cette métastabilité postulées par les philosophes).

974 Le thème « génération(s) » a été l'objet d'un travail d'étude en vue de la préparation à l'épreuve de Culture générale et expression du BTS. Nous reviendrons sur les modalités de cette épreuve plus tard ; pour l'heure, le dossier que nous avions constitué suite aux préconisations du Bulletin officiel de l'éducation nationale reposait sur une première approche théorique, celle du sociologue allemand Karl MANNHEIM (dont ELIAS fut l'assistant), critiqué plus tard par des historiens, démographes, sociologues et sémioticiens. Le dossier de synthèse, le sujet du BTS et le référentiel du thème sont en annexes 27 et 28.

Conclusion du Chapitre 5

Vouloir adopter une posture de recherche interdimensionnelle appelle à revenir sur les méthodes, les enjeux et les résultats. En termes de méthode, nous avons cherché à étudier la convergence, plutôt que la séparation, des engagements en ligne et hors ligne. Pour cela, nous avons choisi de nous situer au plus près des usages, et des usagers. Ce rapprochement passe par une focalisation de plus en plus pointue sur des terrains imbriqués : le milieu urbain, le centre de formation, la classe scolaires, les micro groupes sociaux. Ainsi, le contexte scientifique et industriel de Grenoble laisse entrevoir la dimension internationale et interculturelle des entreprises dans lesquelles travaillent les apprentis, et où les activités de type tertiaire (service, administration, comptabilité, commerce) exigent une rigueur dans le travail mais surtout dans la présentation de soi. Dans ces territoires rationalisés (la ville, l'entreprise), la communication est instrumentalisée au profit d'une acceptation sociale de la technique. Le contexte urbain est également celui de l'innovation sociale, et des interrogations sociétales, avec des représentations mentales fortes en ce qui concerne les médias, la vie politique, et les finalités commerciales des entreprises. Ce complexe de contextes se trouve reproduit au sein du centre de formation de l'IMT, dans la pluralité des filières proposées et dans l'homogénéisation des pratiques pédagogiques dans le rapport enseignants/étudiants. Ainsi, les formations professionnelles du tertiaire jouent le rôle de prescripteur comportemental uniformisant l'hétérogénéité des groupes-classes et des parcours individuels. De même, ces individus, les apprentis, se retrouvent uniformément dans leurs usages de *Facebook*, et dans le profil que nous percevons d'eux : « une figure du sujet contemporain », se situant au point de collision des deux cadres, assujetti à l'institution nominale (dans l'entreprise et la formation), et subjectivé par l'injonction à être soi (avec l'autonomie et la mise en scène de soi).

La méthode déployée pour observer cette tectonique soulève des enjeux scientifiques invitant à un regard critique et une ouverture méthodologique pour la suite de nos travaux. À travers un questionnaire administré en ligne, nous avons pu fournir des indicateurs de tendances sur les usages et les représentations des réseaux socionumériques. Toutefois, le calcul de ces taux nous semble opérer un réductionnisme préjudiciable à l'analyse que nous voulons mener, d'autant plus qu'il agit de manière positiviste. Pour sortir de l'impasse d'une approche par la donnée quantitative, nous avons mis l'accent sur les productions éditoriales des apprentis sur *Facebook*. Ce matériau de recherche a alors été soumis, non pas à un traitement linguistique qui nous aurait reconduit dans l'impasse, mais à une herméneutique singulière imputable à notre « immersion » dans le milieu, dont le carnet de bord et les extraits retracent les anecdotes. À ces matériaux nous avons joint des entretiens individuels formalisés à travers une grille déterminée par nos hypothèses. Toutefois,

cette herméneutique du fait social amène également à signaler plusieurs biais : l'inévitable surdétermination par ces mêmes hypothèses de notre angle d'approche, produisant un point aveugle derrière lequel peuvent se situer d'autres pratiques, d'autres interprétations ; le revers étant le risque d'abord d'un biais de « sympathie avec le sujet », ensuite d'un biais d'intentionnalité en surdéterminant par notre interprétation les attentes individuelles, et sociales : les défauts de représentation mentale par les apprentis de leurs propres pratiques et des contextes dans lequel elles se déroulent nous font penser que si stratégie il y a, elle se situe en-deçà du seuil de conscience, marquant une incorporation des cadres. Des méthodes comparatives pourraient peut-être redresser ces biais. Enfin, le dispositif de capture n'échappe pas au paradoxe de la publicité des données personnelles, dont l'extimité appelle l'analyse quand l'intimité appelle le respect.

C'est avec cette double contrainte que nous abordons maintenant celle du projet identitaire des membres d'une population idéaltypique instancié dans un dispositif techno-sémio-pragmatique.

Chapitre 6

LES APPRENTIS ET FACEBOOK

En cumulant les éléments observables extraits de notre dispositif d'enquête, nous proposons de les mettre en perspective, d'une part avec la littérature sur les pratiques de communication médiatisée par ordinateur, ensuite avec les enjeux qui motivent notre recherche. Nous verrons que dans leurs usages des réseaux socionumériques, les apprentis mettent en œuvre trois modes d'autonomisation relative pour leur gestion du lien socio-affectif :

- Section 1 : le premier mode concerne l'articulation des espaces qu'ils occupent et des normes qui les traversent (celles auxquels ils voudraient échapper, celles qu'ils produisent ou reproduisent)
- Section 2 : le mode suivant concerne les tentatives stratégiques d'associer des contenus éditoriaux et des relations sociales ;
- Section 3 : le troisième mode concerne la performativité psycho-sociale induite par une confrontation médiatisée avec soi et les autres.

1. Le cadre normé de l'émancipation

De la même manière que nous n'avons trouvé qu'une faible littérature sur la sociologie des apprentis, et alors qu'il existe au contraire une forte littérature sur la sociologie des usages des TIC chez les jeunes, il n'y en a pas qui s'intéresse à notre segment de population. L'enquête la plus importante à ce jour (en volume) est celle menée par Sonia LIVINGSTONE, sociologue britannique spécialiste du sujet : le projet *EU Kids Online* a permis de conduire 25000 entretiens en face-à-face avec de jeunes européens, âgés de 9 à 16 ans (LIVINGSTONE, MASCHERONI, MURRU, 2011).

Enquête	Tranche d'âge
Livingstone, Mascheroni & Murru, 2011	9-16 ans
Martin O., « l'Internet des 10-20 ans. Une ressource pour la communication autonome », Réseaux, vol.22, n°123, 2004 : 25-58	10-20 ans
Pronovost G., « Les technologies de l'information et de la communication dans l'univers des jeunes », St-Denis : colloque international, 2006	11-15 ans
Gallez S., Lobet-Maris C., « Les jeunes sur Internet. Se construire un autre chez-soi », Communication, vol.28, n°2, 2011,	12-18 ans
Coutant & Stenger, 2011	13-27 ans

Tableau n° 12 : Âge des populations étudiées

Seul l'échantillon construit par COUTANT & STENGER pourrait nous concerner, mais englobe des jeunes de 13 à 27 ans, ce qui correspond selon nous à au moins deux populations différentes. Comme le note Fabien GRANJON, « ces approches ne s'intéressent pour l'essentiel qu'aux pratiques des jeunes générations encore scolarisées »[975], ou scolarisées après le bac en formation initiale.

Toutefois, nous intégrerons leurs résultats à notre analyse, d'abord parce que cette tranche d'âge précède celle de notre population, ensuite parce que les pratiques qui y sont observées rejoignent celles que nous avons constaté auprès de nos apprentis. Ainsi, nous ne nous inscrivons pas dans une rupture de type générationnelle du simple fait que les apprentis ont passé le bac : seul le contexte professionnel nous intéresse ici dans la façon qu'il est incorporé par les jeunes adultes, et intégré dans les dispositifs et pratiques informationnelles-communicationnelles.

1.1, Échapper à l'intrication des espaces

Si nos terrains d'exploration sont imbriqués les uns dans les autres, ils le sont aussi pour les individus que nous observons. Ne serait-ce qu'à l'intérieur du domicile, deux espaces fonctionnent en mode gigogne, celui du foyer et celui de la chambre de l'enfant/adolescent.

Dans le domicile familial, les rites et les secrets contribuent à l'individualisation des membres[976]. Là aussi, la seconde modernité est à l'œuvre, et nous pourrions parler d'une famille liquide à la façon du philosophe Zygmunt BAUMAN. Irène THÉRY, sociologue des rapports générationnels, parle de « famille incertaine » pour signifier ces nouvelles dynamiques familiales[977]. En effet, comme elle

[975] GRANJON F., « De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique. Exposition de soi et autoréification sur les sites de réseaux sociaux », ***Réseaux***, vol.29, n°167, 2011, p.75-104. Citation p.102
[976] DE SINGLY F. (dir.), ***Famille et individualisation. Être soi d'un âge à l'autre, tome 2***, Paris : l'Harmattan, 2001
[977] THÉRY I., ***La famille incertaine***, Paris : Odile Jacob, 1988

remarque, « la famille contemporaine n'est plus une institution mais un réseau relationnel »[978]. On peut l'entendre à la façon utilitariste de la théorie du capital social, comme le confirme également François DE SINGLY : « la famille n'est plus la *cellule de base*. L'individu a pris cette place sociale et politique »[979]. Patrice FLICHY (2004) note cependant que ce n'est pas foncièrement vrai dans toutes les classes sociales. Les apprentis que nous avons côtoyés, et dont certains sont issus de familles à faibles capitaux, confirment en discussion ou dans les échanges en classe la place principale de la famille dans leurs activités : le choix de l'apprentissage est souvent une stratégie pour apporter des liquidités dans les foyers.

Pour compléter la citation d'I. THÉRY, il faut rajouter que pour elle, la famille est « un réseau de relations affectives et de solidarité »[980]. Quelques années plus tôt, elle avait même parlé de « famille-hôpital »[981], endroit où l'enfant, l'adolescent vient panser sa confrontation à l'espace public. Les apprentis, si ce sont des adultes en devenir, manifestent aussi le plaisir qu'ils ont à retourner chez leurs parents, pour les révisions, après les examens.

Le domicile familial est également le lieu premier d'une rencontre avec les objets techniques, et les usages associés. Les enfants assistent, en spectateur et parfois en assistant, à la reconfiguration des espaces, des cultures et des pouvoirs autour de la télévision[982], de l'ordinateur[983]. Enfants, ils vont acquérir consoles, ordinateurs, mobiles, et en user dans leur espace privatif : la chambre.

La porte de la chambre d'un enfant fonctionne comme message-cadre, le plus délicat étant les signes d'interdiction d'entrer collés dessus, le plus exacerbé étant le fait de claquer la porte. L'enfant qui agit ainsi fait de sa chambre un refuge, un retranchement, un espace privé à l'intérieur du domicile : le premier lieu de sa « désaffiliation »[984] (CASTEL, 1995 cité par KAUFMAN, 2004, cité par FLICHY, 2004, *op. cit.*). La privatisation qui se joue dans cet espace mérite un développement particulier, tant elle symbolise l'autonomie que l'adolescent entend conquérir face à ses parents et au reste de la fratrie. Ce sera un lieu de consommation (médiatique, alimentaire, vestimentaire), de

978 THÉRY I., « Différence des sexes et différences des générations. L'institution sociale en déshérence », *Esprit*, n°12, 1996. Citation reprise de Flichy, 2004
979 DE SINGLY, 2003 : 72. Cité par Flichy, 2004 : 22
980 THÉRY, 1996 : 66
981 THÉRY, 1988 : 71-77
982 LABERGE M.-F., PROULX S., « Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale », *Réseaux*, n°70, 1995 : 121-140
983 VENKATESH A., "*Computers and Other Interactive Technologies for the Home*", *Communications of the ACM*, vol.39, n°12, 1996 : 47-54 ; LE DOUARIN L., *Le couple, l'ordinateur, la famille*, Paris : Payot & Rivages, 2007
984 CASTEL R., *Les métamorphoses de la question sociale*, Paris : Fayard, 1995 ; cité par KAUFMAN J.-C., *L'invention de soi : une théorie de l'identité*, Paris : Armand Colin, 2004 ; lui-même cité par FLICHY, 2004 : 27, *op. cit.*

collection (posters sur les murs, trésors, matériel érotique, correspondance, fétiches, etc.), d'expression (rédaction du journal intime, dessins, poésie, mise en scène de soi) ; expérimentation (de l'identité, du genre, de la posture, la tenue, la voix, etc.). Un lieu qui peut cloisonner, et faire de la désaffiliation un isolement, ou au contraire qui peut participer à cette culture de soi, à ce que Sonia LIVINGSTONE appelle « ***bedroom culture*** » (1999, reprise après par FLICHY, 2004 ; BOYD, 2007, 2008 ; ou CASILLI, 2011).

A, S'enfermer dans le laboratoire

En faisant référence aux travaux de S. LIVINGSTONE sur la ***bedroom culture***[985], Patrice FLICHY considère que « si la chambre constitue un lieu important de la consommation des médias chez les jeunes, c'est parce qu'elle constitue l'espace où le jeune peut expérimenter différents moi possible, peut construire son identité » (2004 : 23). La dualité de l'écran est d'être à la fois un objet qui projette et qui protège. S'il est espace de monstration, l'écran peut également être le paravent derrière lequel l'individu échappe aux pressions sociales et préfère le confort de son isolement[986]. Si la désappartenance est le paradigme du social contemporain, l'écran peut très bien jouer ce rôle, et permettre à l'individu de rompre toute filiation avec le réel authentique au profit du virtuel inauthentique[987].

Les études sur la messagerie instantanée ont du mal à se défaire de la dichotomie entre le réel et le virtuel : d'abord comparée aux échanges en face-à-face, la messagerie instantanée est souvent observée exclusivement dans des espaces situés en ligne, « les salons du net »[988]. De même des postulats forts semblent marquer les enquêtes d'usages à propos des « branchés du portable »[989], mais comme le remarque Madeleine PASTINELLI, « Plusieurs essayistes ont cru que les adeptes du bavardage étaient pour l'essentiel des êtres névrosés cherchant à fuir un réel insatisfaisant pour vivre en ligne sous le couvert d'identités fantasmées », (PASTINELLI, 2006 : 201). S'il est vrai que la chambre et le navigateur sont les supports de ce fantasme, il faut les considérer à la manière de D.

985 P. FLICHY fait également reference à ceux de BROWN J. D., STEELE J.-R., "***Studying media in the context of everiday life***", ***Journal of Youth Adolescence***, vol.24, n°5, 1995 : 551-576

986 MOODY E. J., "***Internet Use and Its Relationship to Loneliness***", ***CyberPsychology & Behavior***, vol.4, n°3, 2001 : 393-401

987 KRAUT R., PATTERSON M., LUNDMARK V., MUKOPADHYAY T., SCHERLIS W., "***Internet paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Pyschological Well-being ?***", ***American Pyschologist***, n°53, 1998 : 65-77

988 DRAELANTS H., ***Bavardages dans les salons du Net***, Bruxelles : Labor, 2004

989 JAURÉGUIBERRY F., ***Les branchés du portable. Sociologie des usages***, Paris : PUF, 2003

MARTUCCELLI, comme des assistants du projet identitaire, un projet qui contribue au développement psychique de l'adolescent.

La chambre agit comme un cadre pour l'expérience d'identification en première instance, celle où l'adolescent expérimente des signes identitaires avant de les exposer à ceux auprès de qui il attend une reconnaissance, une parité. Évidemment, cette parité est radicalement différente du lien qui l'unit à ces parents : il est impossible alors de concevoir que les parents puissent être une audience de ces expériences. danah BOYD note ainsi « le jeu du lièvre et de la mue » dans les premiers blogs d'adolescents : en effet, si les parents traquent les enfants (ou demandent à des pairs de le faire), les enfants changent alors très rapidement de pseudos, d'URL, d'hébergeur, de mise en page et de registres éditoriaux[990].

Dès lors, la chambre prend une ampleur politique, si l'on se situe dans une perspective de contrôle et de surveillance. Ainsi l'exprime danah BOYD, en partitionnant trois grands types d'espace : « le public, le privé et le contrôlé ». Pour les adultes, le foyer est dans le domaine privé, leur entreprise est un espace contrôlé, et le public est le lieu de rencontre des inconnus. Pour les adolescents, tout espace est contrôlé (puisque leurs parents et les adultes les inscrivent dans le cadre de l'institution nominale).

> « Pour eux, espace privé égale espace pour jeunes, et on le trouve surtout en marge de l'espace contrôlé. Ce sont les lieux où les jeunes traînent avec leurs amis et qui constituent des espaces publics ou contrôlés qui leur sont propres. Par exemple, une chambre à coucher avec la porte fermée. Les espaces publics pour adultes sont généralement des espaces contrôlés pour les ados. Pour ceux-ci, l'espace public, ce sont ces lieux où les ados s'assemblent en masse, c'est là que la présentation de soi compte le plus. Les adultes peuvent peut-être venir voir, mais ce sont les congénères qui comptent. Les ados ont de moins en moins accès à l'espace public. […] De nombreux ados évoluent dans un espace contrôlé de l'aube au crépuscule. Ils s'éreintent et n'ont jamais le temps de se décompresser avec leurs copains. Les technologies numériques, en devenant virtuelles, permettent aux jeunes de (re)créer des espaces jeunes publics et privés alors qu'ils sont physiquement dans un espace contrôlé. Les messageries instantanées servent d'espace privé alors que MySpace

[990] boyd d. m., "*Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*", 2007, *op. cit.*

> fournit un composant public. En ligne, les jeunes peuvent bâtir les environnements susceptibles de soutenir la socialisation des jeunes », (BOYD, 2006)

danah BOYD propose une contextualisation de l'espace public intéressante ici : l'espace public (au sens urbanistique) est un lieu de contrôle adulte, même quand il est destiné à de jeunes usagers. Parallèlement, les jeunes disposeraient de la compétence, et des services offerts par la technologie, pour créer un « espace public » idoine (au sens habermassien, et à « infrastructure médiatique » comme elle l'appelle). Nous reviendrons sur cette définition dans le chapitre 7, consacré à « l'espace anecdotique », ces lieux et temps où justement pourraient s'émanciper les individus. Avant d'en venir aux pratiques qui pourraient s'y nouer, et aux opportunités qui pourraient en sortir, il nous faut en terminer avec les pressions sociales qui supposent l'émergence d'un tel espace.

GOFFMAN avait repéré, dans ***Asiles*** (1961), des « zones franches » dans lesquelles les individus disposaient d'une liberté relative. Or, comme Serge TISSERON (2001) le signalait à propos de l'extimité, les adolescents ont plus que les autres besoin de se frotter au regard de leurs pairs. Les lieux où cela peut se faire sont rares, et le regard des instances autoritaires sur les modalités de ces rencontres est gênant car porteur des normes dont l'assimilation pose problème. Un point de rapprochement existe dans les termes qu'adultes et adolescents emploient pour décrire ces activités de rencontre : « ***Hanging Out, Messing Around, Geeking Out*** », qu'on pourrait traduire par « Trainer dehors, flâner[991], faire la fête, être à l'affut (des bons plans, des délires mais aussi par curiosité), bricoler, bidouiller ».

C'est aussi le titre d'une enquête dirigée par Mizuko ITO en 2009, et dont le titre complet est ***Hanging out, messing around, geeking out with New Media***[992]. Le cadre est alors plus explicite : ces activités se déroulent en ligne. Cela signifie que la chambre est le lieu où l'adolescent s'interface avec le monde social, plus exactement : ce sont les ordinateurs ou les téléphones mobiles (et maintenant les tablettes) qui servent d'interface. Et pour être encore plus précis : ce sont certains sites web qui proposent ce service d'expérimentation identitaire et de mise en relation avec les pairs, des sites web que l'on regroupe sous l'appellation de réseaux socionumériques.

---

991 Comme le Flâneur de BAUDELAIRE, revisité par W. BENJAMIN, sur le saisissement de la Modernité

992 ITO M., BAUMER S., BITTANTI M., BOYD d., *et al.*, ***Hanging Out, Messing Around, Geeking Out: Living and Learning with New Media***, Cambridge: MIT Press, 2009

FOUCAULT, quant à lui, propose un concept éclairant en la matière : celui des « hétérotopies »[993]. Opposées d'abord aux utopies (comme le miroir, « un lieu sans lieu »), ces espaces autres sont de plusieurs natures :

- hétérotopie de crise dans les sociétés primitives, on y range, entre autres exemples donné par l'auteur « les adolescents, les femmes à l'époque des règles, les femmes en couches, les vieillards, etc. ». Nous pourrions rajouter aujourd'hui Pôle Emploi, et d'après certains enseignants en BTS, les filières courtes de formation professionnelle ;
- hétérotopie de crise dans les sociétés contemporaines, on y trouve « les collèges », la caserne, le non-lieu du « voyage de noces ». Nous pourrions rajouter les centres de formation et, tant qu'il s'agit d'un dispositif minoritaire dans l'offre de formation, l'alternance en apprentissage ;
- hétérotopie de déviation, « celle dans laquelle on place les individus dont le comportement est déviant par rapport à la moyenne ou à la norme exigée. Ce sont les maisons de repos, les cliniques psychiatriques ». Dans le développement des exemples actualisés, la filière professionnalisante est également une hétérotopie de déviation par rapport à des cursus universitaires ou dans de grandes écoles, comme le constatait le directeur du CFA en opposant « les petits soldats de l'IMT et les officiers de GEM » ;
- FOUCAULT rajoute le principe du sas : « un système d'ouverture et de fermeture qui, à la fois, les isole et les rend pénétrables ». Contraint (comme dans les prisons), ritualisé (comme avec le bénitier), à vocation hygiéniste (comme le pédiluve), ou bien distanciateur (comme ces chambres d'amis qui n'ouvrent pas sur le domicile ou la pièce principale, ou bien encore ces motels adultérins). Les procédures d'identification/authentification en ligne, le formulaire du *login* fonctionne comme un « sas hétérotopique » (cette dernière notion renvoie aux fonctions de sas et de moniteur que nous avions développées dans le chapitre 1, section 3).

À partir de ces invariants, FOUCAULT note cependant que le fonctionnement des hétérotopies peut changer dans le temps, ainsi en va-t-il du cimetière : « les cimetières constituent alors non plus le vent sacré et immortel de la cité, mais *l'autre ville*, où chaque famille possède sa noire demeure. » Enfin, dernier principe définitionnel des hétérotopies, la possibilité qu'un lieu réel peut également

[993] FOUCAULT M., « Des espaces autres », *Dits et écrits*, Paris : Gallimard, 1984

accueillir une hétérotopie : salle de théâtre, de cinéma. Ici, c'est la notion de cadre de BATESON qui peut éclairer cette superposition. Dans le registre de la ***bedroom culture***, la chambre est tout à la fois espace réel, « zone franche », « hétérotopie » et dispositif du cadre privatif de l'adolescent[994]. Toujours est-il que ces espaces autres ont deux vocations : maintenir une illusion (comme au théâtre, ou dans les maisons closes, nous dit FOUCAULT), ou bien alors produire une compensation, retrouver ou remettre de l'ordre là où il y avait du chaos (ce sont les frontières, les colonies). Dès lors une question, somme toute assez sommaire : ***Facebook*** fonctionne-t-il comme une hétérotopie ? Si oui, s'agit-il d'une illusion ou d'une compensation de la vie sociale ?

FOUCAULT termine son texte de la manière suivante :

> Maisons closes et colonies, ce sont deux types extrêmes de l'hétérotopie, et si l'on songe, après tout, que le bateau, c'est un morceau flottant d'espace, un lieu sans lieu, qui vit par lui-même, qui est fermé sur soi et qui est livré en même temps à l'infini de la mer et qui, de port en port, de bordée en bordée, de maison close en maison close, va jusqu'aux colonies chercher ce qu'elles recèlent de plus précieux en leurs jardins, vous comprenez pourquoi le bateau a été pour notre civilisation, depuis le XVI^{ème} siècle jusqu'à nos jours, à la fois non seulement, bien sûr, le plus grand instrument de développement économique (ce n'est pas de cela que je parle aujourd'hui), mais la plus grande réserve d'imagination. Le navire, c'est l'hétérotopie par excellence. Dans les civilisations sans bateaux les rêves se tarissent, l'espionnage y remplace l'aventure, et la police, les corsaires.

Nous croyons que les logiciels de navigation sont les navires d'aujourd'hui, une « hétérotopie par excellence ». Et que les adolescents s'en servent d'un espace à l'autre : de l'école à *Facebook*, et *vice versa*.

994 S'il existe des espaces autres, il est normal de leur voir associer par FOUCAULT des temps autres, une « hétérochronie » : quasi éternité des cimetières, mais également des musées et des bibliothèques. Ainsi, comme il existe une culture de soi, et que cette culture peut donner lieu à sanctuarisation, il existe des bibliothèques de soi où s'enregistre ad vitam aeternam les traces de l'agir et de l'étant : c'est ***Facebook***, ce sont les bases de données de ***Google*** et des dispositifs identitaires. En regard de cette éternité, continue FOUCAULT, il y a les hétérochronies de l'éphémère : les lieux de fête par exemple, où pour retourner dans des dispositifs de CMO, ceux qui ne pratiquent pas l'archivage des échanges (dans les salons de clavardage, par exemple).

Mais la chambre n'est pas le seul lieu de ces processus : chambre de résonnance, ou d'incubation, elle est reliée aux autres espaces de l'adolescent. L'usage d'un blog, au collège[995] ou au lycée[996], est particulièrement étudié, tant l'engouement pour des services comme ***Messenger*** ou ***Skyblog*** a été manifeste. Eu égard aux rapports sociaux qu'entretiennent entre eux les adolescents, ce que Dominique PASQUIER nomme la « tyrannie de la majorité »[997], de nombreuses analyses considèrent ces services web comme des outils de valorisation du capital social[998], Cédric FLUCKIGER, qui a mené une enquête multi-située au collège, parle d'une « sociabilité juvénile instrumentée ». Il nous semble tout aussi intéressant d'envisager le rapport à la technique par l'entremise des pratiques qui s'y médiatisent : l'article de Laurence TOBIN dans ***Le corps communicant*** est à ce sens éclairant sur la construction et la représentation par l'écriture en ligne de la corporéité et de l'identité chez les ados blogueurs[999].

Les notions qu'E. GOFFMAN développe autour du « territoire » sont éclairantes en ce qu'elles expliquent le cadre langagier des interactions en ligne[1000]. Ainsi, il existe plusieurs territoires, forcément imbriqués : « l'espace personnel » est le territoire spatial qui entoure l'individu et dont l'infiltration est ressentie comme une menace (il devient cadre privatif dans notre modèle) ; « la place » est un espace symbolique ressenti comme un droit social (garanti à tous les internautes par ***Facebook***) ; « l'enveloppe » marque la peau et les habits qui recouvrent le corps (l'avatar) ; « le territoire de la possession » intègre tous les objets associés au moi et extérieur à l'enveloppe (voir corpus B, apparence et accessoires) ; « les réserves d'information » désignent l'ensemble des données personnelles dont l'accès est contrôlé par le titulaire (le profil) ; « les droits liés à la conversation » recouvrent l'identification et l'autorisation de parole accordées à un tiers (les réglages de confidentialité).

Au final, les processus d'identification et socialisation de l'adolescent se déroulent dans plusieurs espaces :

---

995 FLUCKIGER C., « La sociabilité juvénile instrumentée. L'appropriation des blogs par un groupe de collégiens », ***Réseaux***, n°138, 2006 : 109-138

996 DELAUNAY-TÉTÉREL H., « La communication juvénile à l'épreuve des blogs de lycéens », ***Agora débats/jeunesse***, n°46, 2008 : 44-56

997 PASQUIER D., Cultures lycéennes, la tyrannie de la majorité, Paris : Autrement, 2005

998 KEE K., PARK N., VALENZUELA S., "***Is There Social Capital in a Social Network Site ? Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation***", ***Journal of Computer-Mediated Communication***, vol.14, 2009 : 875-901

999 TOBIN L., « Corps et identités dans les blogs adolescents », in GALINON-MÉLÉNEC B., MARTIN-JUCHAT F., ***Le corps communicant. Le XXIe siècle, civilisation du corps ?***, Paris : L'Harmattan, 2007

1000 GOFFMAN E., ***Les relations en public***, Paris : Minuit, 1973

- à l'intérieur de l'intérieur du domicile, dans l'intimité de la chambre, « l'espace personnel », face au miroir ou à ses *hypomnemata* ;
- dans un intérieur qui ouvre sur l'extérieur, dans l'extimité des interfaces (RSN) ;
- à l'intérieur d'un endroit extérieur, où l'adolescent rencontre ses pairs en faisant mine de ne pas se soucier du regard des autorités (la cour d'école, les RSN) ;
- dans un extérieur impair, contrôlé, et surveillé (la classe, les espaces publics, l'espace commun).

Dès lors, cette culture de soi en chambre peut sembler, par son cloisonnement et par l'échappatoire en ligne, soit difficile d'accès, soit particulièrement hétérogène. G. PRONOVOST synthétise ainsi ses recherches : « De manière générale, on peut conclure que les Tic accompagnent le parcours des jeunes [de 11 à 15 ans] dans leur quête d'identité. Leur utilisation est ambiguë. Les Tic peuvent autant contribuer à isoler le jeune qu'à conforter son réseau social. Elles reflètent autant l'échec scolaire qu'un parcours planifié. Elles peuvent constituer un instrument de distanciation d'avec le milieu familial et un moyen d'affirmation personnelle. Elles servent de relais à des pratiques déviantes ou encore de complément à un univers culturel déjà riche. Elles peuvent envahir les loisirs des jeunes ou constituer une expérience fondamentale de maîtrise du temps »[1001].

B, Laisser une trace

Appliquées à l'apprenti, jeune adulte, ces notions peuvent sembler obsolètes : cependant, si tous n'ont pas encore quitté le domicile familial (54% des répondants, Q185], ils sont par définition tous en entreprise. L'hypothèse qui suit tient moins des dispositifs de CMO que de l'observation des pratiques en contextes pédagogique et professionnel. En effet, partant du constat des actions projets réalisées en cours de formation au bénéfice de l'entreprise, ainsi que du constat du non-renouvellement des contrats de travail après l'apprentissage, il s'est avéré que de nombreuses missions des apprentis dans les services ou les entreprises du tertiaire consistaient à mettre en place des modes opératoires destinés à la continuation des processus métier quelle que soit l'identité de l'opérateur. Autrement dit l'apprenti mettait en place une procédure (par exemple une relance des impayés) et il devait joindre à cette procédure un mode d'emploi destiné à son remplaçant, au cas où lui-même serait missionné ailleurs dans l'entreprise, en alternance, en congé

[1001] PRONOVOST G., « Les technologies de l'information et de la communication dans l'univers des jeunes », *Mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication*, St-Denis : colloque international, 25-27 septembre 2006

ou qu'il ait quitté l'entreprise. S'agissant d'un impératif organisationnel dans les entreprises, il est également relayé dans les référentiels d'examen et les manuels scolaires. L'un dans l'autre s'installe dans l'esprit de l'apprenti (et nous supposons dans celui de ses collègues et des salariés réalisant le même type d'activités) l'idée de sa permutabilité, ou pour reprendre le terme de SIMMEL dans ***La philosophie de l'argent***, celui de son interchangeabilité.

En se basant sur les travaux du sociologue Frédéric DE CONINCK, Patrice FLICHY (2004) note que « certes les individus participent à des réseaux, mais ceux-ci sont très souvent provisoires, chacun (et surtout les salariés les plus dynamiques) tisse des liens qui lui sont propres mais l'ensemble de ces liens ne constitue pas forcément de nouvelles structures transversales pérennes (de type projet par exemple) ». Le caractère caduque des liens professionnels invite donc à construire quelque chose de plus solide à côté, dans la vie extra-professionnelle mais toujours avec les outils du numérique, en l'occurrence à la maison (et maintenant aussi à l'extérieur avec des appareils mobiles).

Sur ces pratiques viennent se greffer d'autres éléments qui consolident cet ancrage : pour les Assistant(e)s de Manager, la restructuration permanente des entreprises dans lesquelles elles travaillent renforce l'idée de cette mutation permanente. Ainsi Laurie a dû refaire 6 fois l'organigramme de son entreprise avant de devoir le présenter aux oraux du BTS. Ses enseignants lui ont conseillé d'adopter le modèle de l'organigramme fonctionnel : seules sont affichées les fonctions, sans mention de l'identité du responsable. Dans le même registre, les AM et AG apprennent à rédiger de nombreux écrits professionnels qui se situent dans le cadre de la délégation : notes de service, notes internes sont signées des initiales de leur responsable, précédées des leurs. Dans toutes les correspondances officielles imprimées, ce sera leur référence identitaire. Il n'y a que dans les mails que leur nom et leur fonction apparait. De plus, en regardant du côté des exigences professionnelles, les missions confiées accordent toutes une grande part à la traçabilité, certes des produits et des flux financiers, mais également des clients, des fournisseurs, et des salariés[1002]. L'apprenti participe donc au cadre de l'institution nominale, mais de façon anonyme.

Dès lors, **notre hypothèse est que si l'entreprise**, prise ici comme un espace d'imbrication comme le domicile et la chambre, **n'est pas capable de produire, éditer et conserver une trace**

[1002] Voir en annexes 29 et 30 : la création d'un tableau de bord pour ventiler les heures de mission des ingénieurs-conseils (Alstom) et la charte d'utilisation de l'outil Sirius (SNCF), une application GPS et un forfait d'accès à des services avec authentification installés sur le téléphone mobile des agents-conducteurs

identitaire de l'apprenti, elle ne peut contribuer au projet identitaire et à l'autonomisation du jeune adulte : en-dehors de la relative déresponsabilisation appliquée à l'apprenant, c'est son anonymat qui semble lui peser le plus. **L'injonction à être soi devrait alors trouver un espace d'inscription autre que celui de l'entreprise, et du monde adulte**. Nous verrons ci-après les modalités de cette trace, il nous faut cependant noter dès à présent la difficulté d'échapper au cadre institutionnel, même dans sa transgression.

1.2, Les institutions et les vices

Le psychiatre Serge TISSERON rappelait que le carnaval a toujours existé, et a toujours permis à la plèbe de se jouer des puissants par le travestissement, la mascarade, l'usurpation d'identité : il est juste de rappeler que cette tradition s'inscrit dans le cadre religieux du carême. Si la mascarade est autorisée par l'Église, il faut reconsidérer également le projet identitaire dans sa dimension marginale, et ne pas commettre l'erreur de F. PÉRÉA : « l'absence de rencontre directe et l'anonymat ouvrent un espace d'expression accru, qui n'était, dans le monde réel, souvent réservé qu'à des situations clandestines ou secrètes, dans certains milieux interlopes ou clubs privés, et qui maintenant peuvent s'étendre sur le web social et être publicisé à l'infini. », (PÉRÉA, 2010). De même, nous faisions référence, à propos de la chambre (un espace autorisé par les parents[1003]) à la notion développée par E. GOFFMAN de « *zones franches* où quelques élus bénéficient de la part de l'institution d'une plus grande liberté face aux règles de l'institution »[1004]. P. FLICHY constate qu'« en testant les diverses identités alternatives (changer de sexe ou se faire passer pour un adulte) les préadolescents font l'apprentissage des rôles sociaux et sexués », (2004 : 43). Il en va de même, dit-il plus loin, de l'apprentissage de l'âge adulte. Ainsi, les services web employés par les adolescents (jeux en ligne, chat, forums, courrier électronique, RSN) permettent d'explorer les codes sociaux des personnes plus âgées, dont les adultes[1005], ainsi que les codes du sexe opposé[1006].

Cependant, après avoir invité à relire la note 946 sur l'adultère et l'adulescence, nous noterons avec danah BOYD que « participer à des activités relevant clairement du domaine des adultes fait partie intégrante de l'exploration de ce que cela signifie de grandir. Les adultes et les médias nous

[1003] Idem pour la cour de récré à l'école.
[1004] GOFFMAN, *Asiles*, 1961 : 293-294
[1005] FLUCKIGER C., « La sociabilité juvénile instrumentée. L'appropriation des blogs par un groupe de collégiens », *Réseaux*, n°138, 2006, p.109-138
[1006] METTON C., « Les usages de l'Internet par les collégiens », *Réseaux*, n°123, 2004, p.59-84

rappellent sans cesse que des "vices" comme les rapports sexuels, le tabac et l'alcool ne sont destinés qu'aux adultes, ce qui les rend d'autant plus séduisants. Mais ce qui importe le plus est qu'à travers ces restrictions d'âge, notre culture nous signale que s'associer à ses "vices" vaut maturité », (BOYD, 2006). Ainsi, les dispositifs identitaires participeraient à l'assimilation d'un cadre préexistant, quelle que soit sa teneur, et tendraient de plus en plus à la faciliter à travers des choix fonctionnels et politiques (chapitre 3). Par leur cadre participatif, les réseaux socionumériques reproduisent également les vertus de la conversation[1007].

1.3, Les actes de politesse

En analysant le corpus B sur les productions éditoriale relatives aux études et à l'entreprise, il est notable de remarquer que, d'une année à l'autre, l'individu passe d'un contenu à un autre : autant il édite des « actes menaçants » en 1ère année, autant ceux de la 2ème contiennent plus d'« actes flatteurs ». En prenant d'une part les modalités de respect de la face propres à GOFFMAN, et d'autre part la tendance sociale à construire et reproduire des échanges « raffinés » (ELIAS), il est possible de voir s'activer au niveau langagier, dans les conversations quotidiennes, des indices faisant part du tact, du respect ou au contraire du mépris à l'égard de la face de l'autre.

Pour analyser ces conversations, nous proposons d'employer maintenant un cadre théorique et méthodologique déjà utilisé et validé : celui de la théorie linguistique de la politesse fondée par BROWN et LEVINSON[1008], a depuis été largement complétée par C. KERBRAT-ORECCHIONI[1009]. En partant des notions de face et de territoire, les deux premiers auteurs ajoutent le concept de positif/négatif (à entendre comme un négatif photographique) :

- la face négative contient les territoires du moi protégés par des droits ;
- la face positive désigne les territoires sciemment construits et présentés aux autres ;

Dès lors, il est possible d'articuler des actes de langage autour de ces faces, qui peuvent menacés soit le locuteur, soit l'allocutaire (FTA : *Face Threatening Act*) :

1007 « [La conversation] marque l'apogée de l'attention spontanée que les hommes se prêtent réciproquement et par laquelle ils s'entre-pénètrent avec infiniment plus de profondeur qu'en aucun rapport social », (TARDE, 1901 : 41-42)

1008 BROWN P., LEVINSON S., *Politeness: some universals in language usage*, Cambridge (NY) : Cambridge University Press, 1987

1009 KERBRAT-ORECCHIONI C., *Les interactions verbales*. Tome 1, Paris : Armand Colin, (1990), 1998

- un acte menaçant la face négative de l'allocutaire : vol, agression, car réduction des droits ;
- un acte menaçant la face positive de l'allocutaire : insulte, moquerie, critique car destruction (partielle) de la face construite par l'autre ;
- un acte menaçant la face négative du locuteur : offre, promesse, car cession de droits ;
- un acte menaçant la face positive du locuteur : aveu, excuse, car destruction (partielle) de la face construite.

Estimant cette construction basée uniquement sur des dimensions négatives (cette fois au sens moral), car ne modélisant que des menaces, C. KERBRAT-ORECCHIONI propose une liste d'actes flatteurs de la face (FFA : *Face Flattering Act*)[1010] :

- Politesse négative : par abstention (ne pas faire de FTA) ou réparation (accompagner le FTA d'un « adoucisseur » verbal ou non-verbal : euphémisme, sourire).
- Politesse positive : par production d'un cadeau, d'un compliment, d'un « intensificateur »[1011].

Extrait n°8 : Hermione entame ses révisions. Ses amies lui souhaitent bon courage [B023]

Extrait n°9 : La tristesse de Doriane est débrayée par les blagues de ses commentateurs [C014]

[1010] KERBRAT-ORECCHIONI C., *Les interactions verbales. Tome 3*, Paris : Armand Colin, (1994), 1998

[1011] « La coutume des visites et celle des cadeaux sont liées entre elles; ..., après la désuétude des cadeaux, les compliments ont subsisté, mais peu à peu mutualisés et devenus conversation. », (TARDE, 1901 : 50)

Dans le corpus D, les « photos narcissiques », mais également dans d'autres messages de type « acte menaçant la face positive du locuteur », il est frappant de noter qu'en commentaire viennent des actes flatteurs, par adoucisseur ou par politesse positive, ou par débrayage humoristique.

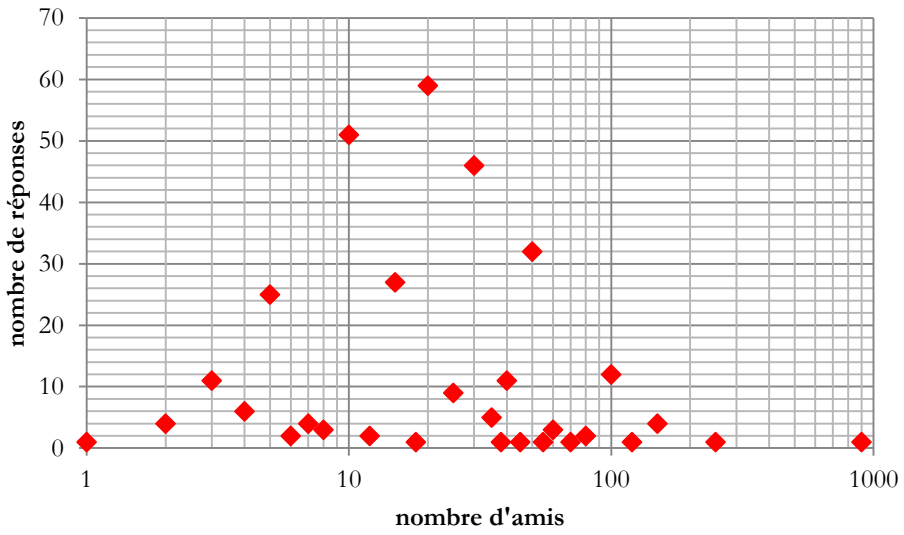
Il est possible de fournir deux interprétations, divergentes, de ces comportements, selon qu'ils reproduisent des actes de langage qui auraient pu se tenir ou non en face-à-face. Or, dans ce cas de figure, l'hypothèse d'une équivalence situationnelle ne tient pas : les commentateurs ne sont pas des liens forts, nous supposons qu'en face-à-face, leurs actes n'auraient pas été les mêmes. Dans les cliques, comme celle que composent Anaïs, Bérénice, Carmen, Élisabeth et Patricia[1012], les actes menaçants la face du locuteur sont accompagnés d'une politesse positive médiatisée autrement : même si l'acte est publié, les entretiens et le questionnaire indiquent qu'il est suivi d'effet hors ligne, ou par téléphone, SMS. Les liens forts interagissent sur *Facebook* sur le moment, ***hic et nunc***, par de simples « signes passeurs » (J'aime, messages courts), puis poursuivent l'assistance amicale en dehors du mur de *Facebook*, là où s'arrête les interactions des liens faibles. Mais l'on ne peut reprocher à des liens faibles de ne pas adopter les comportements d'une clique.

Extrait n°10 : Nom de code de la clique

Si l'on quitte l'approche par l'analyse des réseaux sociaux, la seconde hypothèse d'une équivalence prend plus d'ampleur : dans l'enquête, 46% des répondants estiment que « les conversations vont et viennent en ligne et hors ligne », [Q162]. 29% utilisent *Facebook* pour maintenir des conversations avec des amis éloignés. Quand on leur demande combien – de mémoire – ils ont

[1012] La mère de Patricia a eu un AVC après le BTS, et est restée tétraplégique pendant de nombreux mois, avant de décéder. Sur *Facebook*, de nombreux messages de soutien ont ponctué les nouvelles d'Élisabeth, parmi lesquels quelques-uns des membres de sa clique. Par contre, les filles se sont mobilisées pour passer des soirées avec Élisabeth, pour aller chez elle ou à l'hôpital voir sa mère. Elles ont organisé une tombola pour payer les frais d'hospitalisation à domicile. Depuis le décès de sa mère, Élisabeth continue à voir très régulièrement ses amies ; seule Anaïs, aujourd'hui militaire de carrière et en mission en mer, interagit avec la clique *via Facebook*. Les autres TIC (téléphone, email, textos) sont également mobilisées pour maintenir le lien entre elles cinq.

d'amis, la moyenne est à 178 ; après vérification, ils ont plus d'amis (moy. 195). Des chiffres relativement proches des moyennes affichées par *Facebook* (150), et que certains commentateurs rapprochent du nombre de DUNBAR[1013]. Quand, après, on leur demande avec combien d'amis ils pensent « avoir une relation régulière sur *Facebook* », la moyenne est à 29 [Q165 à 167]. Toutefois, en établissant un nuage de points des réponses exprimées, les résultats sont plus ambigus.



Graphique n° 9: Représentation graphique de la Q167 [1014]

Par sa forme pyramidale, ce graphique exprime qu'il y a autant de personnes qui interagissent avec 5, 15 ou 50 personnes (respectivement 25, 27 et 32 réponses). Nous pensons qu'il s'agit là d'un biais du questionnaire : si un répondant estime être en relation régulière avec 900 autres membres de *Facebook*, cela indique soit de la fantaisie de sa part, soit un défaut de précision sur ce que nous entendions par relation régulière. Afin d'attester celle-ci, une observation des usages, en compagnie des internautes, voire peut-être un carnet de bord de ces usages, aurait permis d'obtenir des

[1013] Robin DUNBAR est un anthropologue ayant comparé la taille du cortex et celle du groupe social chez les primates : il estime ainsi que le maintien de liens forts (*bonding*) dans un large groupe (supérieur à 148) n'est possible qu'avec le langage : « Nous suggérons que (1) l'évolution des grands groupes dans la lignée humaine dépend du développement de méthodes plus efficaces dans le partage des processus de maintien des liens forts et que (2) seul le langage remplit cet impératif », (DUNBAR R., "*Coevolution of neocortical size, group size and language in humans*", *Behavioral and Brain Sciences*, n°16, 1993, p.681-694). Pour la reprise du concept par le marketing tribal, lire par exemple, sur le blog de l'agence *Vanksen* <www.vanksen.fr/blog/reseaux-sociaux-amis-ou-pas/, article en date du 02/02/2009>

[1014] Exprimé en nuage de points avec abscisses en échelle logarithmique de base 10

résultats plus fins. À ce moment du développement de la thèse, la question de la congruence entre ce qui se déroule en ligne et en face-à-face reste donc en suspens.

Toutefois, J. THOMPSON notait que la CMO permet « une forme intime de présentation de soi libérée des contraintes de la coprésence »[1015], (THOMPSON, 2005). Pour STENGER & COUTANT (2010), le dispositif « évite ainsi aux jeunes d'avoir à assumer ces confrontations en face-à-face. Ce RSN devient alors une soupape où la complexité de la situation sociale est simplifiée par l'annulation de certaines de ses dimensions ». Il serait plus facile d'être poli sur le web qu'en face-à-face. L'enquête de LIVINGSTONE ***et al.*** va dans le même sens : la moitié des 9-16 ans a moins de 50 amis sur son profil. De même, 87% des utilisateurs sont en contact avec des gens qu'ils ont d'abord rencontré en personne. Enfin, la moitié des jeunes trouve plus facile d'être soi-même en ligne plutôt qu'en face-à-face : 32% vont même jusqu'à penser qu'il est plus facile de parler de chose intime en ligne plutôt qu'en face. Faut-il en conclure que l'authenticité, dans un monde de normes et de pressions, se situe dans la distance ? Les usagers semblent le penser, et s'en satisfaire.

2. Les tactiques éditoriales et relationnelles

Si pour les apprentis, et dans notre hypothèse une population plus globale, l'entreprise n'est pas apte à accueillir les traces identitaires, il est d'autres espaces, d'autres projets qui peuvent coïncider avec leur « singularité subjective » (DENOUËL & GRANJON, 2010). Après avoir présenté deux cas historiques dans la recherche scientifique, nous aborderons la particularité de ces stratégies éditoriales et relationnelles en ce qu'elles opèrent sur un mode asynchrone et asyntope.

2.1, Relation amoureuse et projet culturel

Entre division et désaffiliation sociale, les chemins traditionnels de la rencontre amoureuse ne sont plus empruntés, et le nombre de célibataires ne fait qu'augmenter. Certains d'entre eux (mais aussi des hommes ou des femmes déjà en couple) s'abonnent à des sites de

[1015] THOMPSON J., « La nouvelle visibilité », ***Réseaux***, n°129, 2005, p.59-87

rencontre, pour une expérience d'un soir ou pour un projet à plus long terme[1016]. Tirant profit d'outils qu'ils connaissent par ailleurs (dans le contexte professionnel) et d'une offre de service fortement médiatisée par la publicité, les inscrits sont invités à remplir des formulaires dont le croisement des données conduit à rencontrer le ou la partenaire idéale-e, quitte à passer pour cela par de multiples partenaires. S'agit-il de luxure ou d'identité ? Ou bien d'une tentative de minimiser le risque d'une déception amoureuse[1017] ? Pour A. CASILLI, qui consacre la troisième partie de son ouvrage à ces questions, « la cour classique devient un exercice sophistiqué, où savoir-faire technologique et flair relationnel se conjuguent », (CASILLI, 2010 : 295). Dans le domaine du flirt adolescent, danah BOYD note que les dispositifs asynchrones (sans instantanéité de la réponse) permettent à l'adolescent de réfléchir à la réponse qu'il fournira dans le jeu de séduction en ligne, un terrain d'entrainement qu'il n'a pas dans le face-à-face où les réactions du système limbique sont im-médiates. Il est alors possible de concevoir la rencontre en ligne comme un cadre modalisé (« une activité franche », où le profil offert dans l'espace de réception est conforme à l'étant-là de l'espace de production) ou comme un cadre fabriqué (où les conditions de vérité laissent la place à des signaux satisfaisant les conditions de félicité).

À proximité des méthodes professionnelles, mais dans des projets qui engagent les centres d'intérêt et les passions des internautes, tout ce qui touche à la culture est également l'objet d'une approche identitaire et sociale. Des pratiques d'échange, et de socialisation autour et par l'outil[1018], se retrouvent ainsi dans des programmes comme celui qui anime les communautés du logiciel libre[1019]. Dans le champ d'étude des communautés médiatées[1020], les premiers travaux remontent,

---

1016 Ces méandres amoureuses font les délices de toute une littérature de vulgarisation scientifique, de TISSERON S., *Virtuel, mon amour. Penser, aimer et souffrir à l'ère des nouvelles technologies*, Paris : Albin Michel, 2008 à LARDELLIER P., *Le Cœur.net*, Paris : Belin, 2004. A. CASILLI dans son ouvrage sur *les Liaisons numériques*, 2011, *op. cit.*, fait référence à de nombreux travaux anglophones à partir desquels nous étayons nos propos : MAHEU M. M., SUBOTNIK R., *Infidelity on the Internet: Virtual Relationships and Real Betrayal*, Naperville : Sourcebooks, 2001 ; MILAM B. L., "*Online Infidelity in Internet Chat Rooms: An Ethnographic Exploration*", *Computers in Human Behavior*, vol.23, n°1, 2007, p.11-31 ; WHITTY M. T., BAKER A. J., INMAN J. A. (dir.), "*Online M@tchmaking*", New York : Palgrave Macmillan, 2007 ; HARDIE E., BUZWELL S., "Finding Love Online: The Nature and Frequency of Australian Adults' Internet Relationships", *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, vol.4, n°1, 2006, p.1-14

1017 A. CASILLI fait ici référence à différents écrits : BANCROFT J., "Lust or Identity ?", *Archives of Sexual Behavior*, vol.37, n°3, 2008, p.426-428 ; ALBRIGHT J., "*How Do I Love Thee and Thee and Thee: Self Presentation, Deception, and Multiple Relationships Online*", in WHITTY, BAKER, INMAN (dir.), 2007, p.81-96 ;

1018 ISHIDA T., *Community Computing and Support Systems: Social Interaction in Networked Communities*, New York : Springer, 1998. Cité par Casilli, *ibid.*

1019 DEMAZIÈRE D., HORN F., ZUNE M., « Ethnographie de terrain et relation d'enquête. Observer les "communautés" de logiciels libres », *Sociologie*, vol.2, n°2, 2011, p.165-183

1020 PROULX S., LATZKO-TOTH G., « La virtualité comme catégorie pour penser le social : l'usage de la notion de communauté virtuelle », *Sociologie et sociétés*, vol.32, n°2, Montréal : Presses de l'Université de Montréal, 2000 :

en France, à la période où le *Minitel* était en activité[1021]. On y retrouvera la dichotomie entre réel et virtuel, l'apparition du préfixe cyber[1022]. Cependant, les chercheurs identifient au cœur des communautés, et instanciées par les dispositifs, des pratiques de solidarité[1023], de don, de coopération[1024].

Souvent présentés comme l'archétype de la sous-culture « 2.0 », propre au Net, les « geeks » représentent un ensemble hétéroclite d'individus partageant un ensemble hétéroclite de références culturelles[1025], mais dont le point commun est justement la prégnance de cet ancrage. Qu'il s'agisse d'une culture de genre comme celles des « geeks », d'une culture locale (en Corée par exemple[1026]), générationnelle (BOYD, 2007b), ou encore de « communautés virtuelles »[1027], l'idée maitresse semble être de construire une identité, personnelle[1028] ou collective[1029], à laquelle l'individu estime soit légitime de participer parce que cette culture est la sienne (comportement homophilique de la socialisation en première instance[1030]) ; soit stratégique (socialisation en seconde instance).

Mais cette connectivité ne remplace pas le face-à-face, et les signaux contenus dans l'échange « traditionnel » doivent donc être compensés autrement dans l'échange en ligne[1031]. Or ce qu'il manque principalement dans la conversation médiatisée, c'est l'identité, ce qui suppose donc, pour

---

99-122.; GALIBERT O., « Vie et mort du Deuxième Monde. Étude critique d'une communauté virtuelle ludique », *Les Cahiers du numérique*, vol.4, n°2, 2003, p.195-207,

1021 JOUET J., « Une communauté télématique : les Axiens », *Réseaux*, n°38, 1989 ; voir également ce qui avait été organisé à Beaubourg par Jean-François BARBIER-BOUVET : une expérience de médiation technique autour d'un Minitel en public. <bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1984-03-0230-005>. Une référence que nous devons à Jacques PERRIAULT, lors de la réunion du groupe de travail Proteus

1022 Dans *Les liaisons numériques*, le premier chapitre est consacré à cette question avec des références à KOLLOCK P., SMITH M. (dir.), *Communities in Cyberspace*, Londres : Routledge, 1999 ou DONATH J., "*Identity and Deception in the Virtual Community*", in KOLLOCK P., SMITH M. (dir.), *Communities in Cyberspace*, Londres : Routledge, 1999, p.25-59

1023 AURAY N., « Communautés en ligne et nouvelles formes de solidarité », in LICOPPE C. (dir.), *L'évolution des cultures numériques, de la mutation du lien social à l'organisation du travail*, Limoges : Fyp, 2009, p.58-66

1024 KOLLOCK P., "*The Economics of Online Cooperation: Gifts and Public Goods in Cyberspace*", in KOLLOCK & SMITH, 1999, p.220-239; LIU., MAES & DAVENPORT, 2006, *op. cit.*

1025 Culture du remix (Laurence ALLARD), culture de la convergence (JENKINS). Voir les travaux de David PEYRON (doctorant SIC, Lyon 3) sur la culture geek, et notamment PEYRON D., « Quand les œuvres deviennent des mondes. Une réflexion sur la culture de genre contemporaine à partir du concept de convergence culturelle », *Réseaux*, vol.2-3, n°148-148, 2008, p.335-368.

1026 Cette référence et les suivantes viennent de CASILLI, 2011 : HAIJIN & KYUNG-HEE, 2007, *op. cit.*

1027 WELLMAN B., GULIA M., "*Virtual Communities as Communities : Net Surfers don't Ride Alone*", in KOLLOCK & SMITH, 1999

1028 WOOLGAR S. (dir.), *Virtual Society ? Technology, Cyberbole, Reality,* Oxford : Oxford University Press, 2002

1029 MELUCCI A., "*The Process of Collective Identity*", in JOHNSTON H., KLANDERMANS B. (dir.), *Social Movements and Culture*, Minneapolis : University of Minnesota Press, 1995

1030 SKOPEK J., SCHULZ F., BLOSSFELD H.-P., "*Who contacts whom ? Educational homophily in online mate selection*", *European Sociological Review Advance Access*, 2010

1031 DANOWSKI J., ZYWICA J., "*The Faces of Facebookers: Investigating Social Enhancement and Social Compensation Hypotheses. Predicting Facebook™ and Offline Popularity from Sociability and Self-Esteem, and Mapping the Meanings of Popularity with Semantic Networks*", *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol.14, 2008, p.1-34

François PÉRÉA, « une explicitation identitaire de l'instance énonciatrice (qui parle ?) » (PÉRÉA, 2010).

2.2, Modes asynchrone et asyntope

En rajoutant au triptyque identitaire (profil, contenus, graphe social) les fonctionnalités du site, et en prenant garde de ne pas présupposer l'intentionnalité des actants, il est possible toutefois de discerner des stratégies dans les modes d'engagement sur ***Facebook***, selon qu'on les aborde par leurs contenus (A), leurs lieux (B), leurs relations (C).

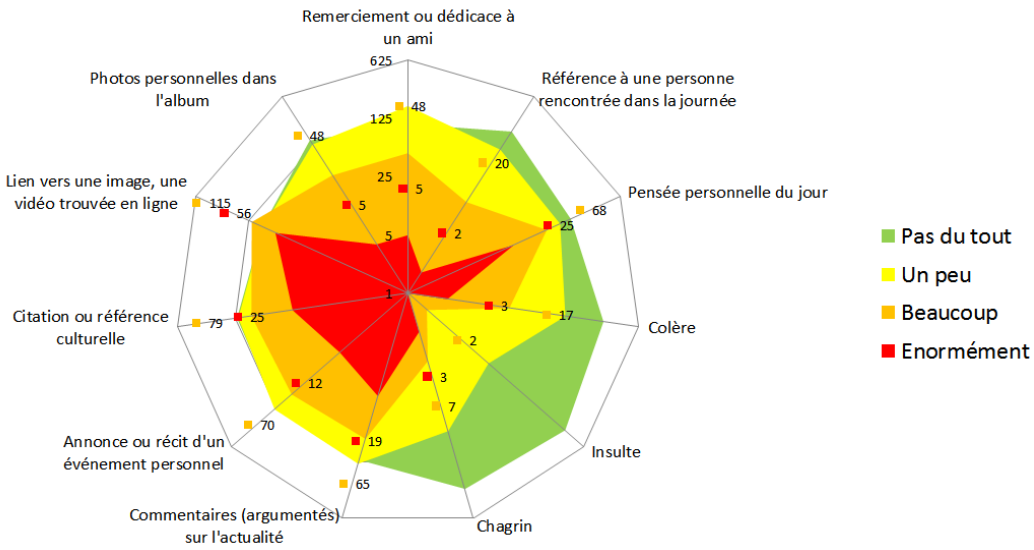
A, Les contenus en attente

Dans notre enquête, un quart des répondants a déjà exprimé « un statut triste, maussade, sombre ou lugubre ». 20% par contre estiment que ce n'est pas l'image qu'ils veulent donner d'eux [Q147]. On constate en termes de rétroaction une nette divergence entre ce que ressent le locuteur par rapport à ses propres contenus, et ce qu'il produit comme ressenti dans l'espace de réception des autres. Ainsi, alors que l'auteur d'un statut triste reconnait que ses amis l'accompagnent (35%), l'encouragent (29%) ou cherchent à le faire rire (19%), et seulement 14% ne réagissent pas [Q148], il en va tout autrement dans l'espace de réception de ces statuts où le répondant, agissant maintenant comme commentateur d'un statut, encourage son ami (23%) ou réagit par l'humour (18%). Par contre, 50% ne réagissent pas du tout [Q145][1032]. Ainsi, la divergence entre l'action et la représentation pourrait être le signe d'une attente de la part des producteurs de tels statuts[1033].

Les statuts tristes, ou les actes menaçants la face du locuteur, sont loin d'être la majorité des productions éditoriales sur ***Facebook***. Articulé entre l'ego et l'altérité, nous avons proposé, et obtenu, le classement suivant :

[1032] Les 10% restants ont la chance d'avoir « des amis qui ne se plaignent pas ».

[1033] C'est l'idée défendu par le psychiatre Joël BIRMAN dans « Je suis vu, donc je suis : la visibilité en question », in AUBERT N., HAROCHE C. (dir.), L***es tyrannies de la visibilité. Le visible et l'invisible dans les sociétés contemporaines***, Paris : Erès, 2011, p. 39-54. Cet ouvrage fait suite au colloque *Voir, être vu. L'injonction à la visibilité dans les sociétés contemporaines*, organisé à Paris du 29 au 31 mai 2008 par l'Association internationale de sociologie et l'Association internationale des sociologues de langue française, 2008



Graphique n° 10 : Représentation en radar des statuts et de leur fréquence d'édition

Les republications sont les contenus les plus fréquemment édités sur *Facebook* (56 rép. Énormément/115 beaucoup), ainsi que les références à des œuvre ou produits culturels (le fait de cliquer sur le bouton J'aime d'une page pour une citation ou une œuvre ; 25/79) : si ces éléments permettent d'affirmer ses goûts[1034], et participent du projet identitaire, ils restent cependant assez consensuel, y compris dans le « trash »[1035]. Viennent ensuite les productions typiquement égocentrées, les « pensées personnelles du jour », (aphorismes, bons mots : 25/68), l'expression d'opinion sur l'actualité (19/65), l'annonce d'un événement personnel (12/70). Celles feraient partie d'une stratégie de dévoilement : le titulaire arbitrant entre ce qu'il peut dire, et à qui il

[1034] LIU, MASS & DAVENPORT, *op. cit.*

[1035] Il est possible toutefois de considérer comme une compromission cette consensualité. Ainsi, le chercheur québécois André MONDOUX (SIC) considère que « sur Facebook, les pratiques d'auto-présentation relèvent moins d'une dynamique symbolique et personnelle que d'une démarche de positionnement personnel face aux offres commerciales en matière de consommation de produits culturels industriels ("Quels CD/films/livres aimez-vous ?"). Ce procès de désymbolisation révèle la dimension heideggérienne qui s'y cache : à l'intérieur du service de réseaux sociaux numériques Facebook l'amitié est essentiellement définie comme une production, une série d'actes pragmatiques - partager une image ou un clip vidéo, envoyer un cadeau virtuel, etc. - qui, comme n'importe quelle production, peut être mesurée par le nombre "d'amis" de l'usager affiché en évidence sur le compteur de sa page d'accueil. Ce compteur incarne à lui seul le cauchemar heideggérien : celui d'une technique incarnant le pouvoir du pouvoir - il n'est pas rare de voir des usagers comptant 200, 500, 1000 ou même plus de 3000 amis », MONDOUX A., « Mon Big Brother à moi », Actes du 15ème colloque CREIS-TERMINAL. *Les libertés à l'épreuve de l'informatique : fichage et contrôle social*, Paris : CREIS, 2010. Citation p.4-5

l'adresse[1036]. La troisième catégorie est dédiée à l'autre, par des remerciements (5/48) ou des anecdotes (2/20) ; la dernière catégorie englobe les productions radicalisées (égocentrées ou non) : colère, chagrin, insulte (en très grande majorité jamais exprimé, malgré les 25% qui avouent avoir publié des « statuts tristes, maussades, lugubres, sombres »).

B, La fragmentation des espaces de communication

Ainsi, ***Facebook*** – dans son modèle éditorial – est d'abord un dispositif d'identification de soi avant d'être celui d'une socialisation vers l'autre. Au niveau des fonctionnalités mobilisées par les internautes, si nous avions signalé que le lien amical s'arrêtait au Mur de ***Facebook***, les liens forts vont au-delà de cet espace de communication, tout en restant majoritairement sur ***Facebook*** : si 19% postent un message à leur ami directement sur le Mur (impliquant que, selon les réglages de confidentialité du destinataire, les amis, les amis des amis, voire tous les membres du site pourront le lire), 34% préfèrent utiliser la messagerie privée de ***Facebook*** et 14% la messagerie instantanée (qui fonctionne sur le mode privé) [Q170][1037]. Les moyens traditionnels arrivent après : email (13%), téléphone (11%), messagerie instantanée autre que ***Facebook*** (6%)[1038].

Pour l'heure, espace de production et espace de réception sont relativement homogènes : écriture et lecture se déroulent principalement le soir, sur l'ordinateur du domicile : seuls 44% des répondants utilisent aussi leur mobile pour aller sur ***Facebook*** [Q69 à 82]. Toutefois, 45% avouent se connecter depuis le lieu de travail et 17% déclarent avoir toujours leur page ***Facebook*** à disposition, quel que soit le lieu, le moment et l'appareil. Quant aux apprentis, l'usage du mobile est plus systématique (72%, mais toujours derrière l'ordinateur personnel) ; par contre, s'ils sont seulement 24% à déclarer utiliser ***Facebook*** en entreprise, 52% avouent le faire pendant la formation. Cet usage de ***Facebook*** se retrouve également dans les moments interstitiels (68% des BTS vont sur ***Facebook*** dès qu'ils ont un instant de libre : pause, transports en commun, etc.). Ainsi, dans les cohortes plus jeunes, de nouvelles configurations d'usage semblent émerger dans le

1036 TWENGE J. M., CAMPBELL W. K., ***Living in the Age of Entitlement. The Narcissism Epidemic***, New York : Free Press, 2009

1037 Seul le client de messagerie de ***Facebook*** n'est pas adopté par les utilisateurs ; toutefois, cette enquête a été réalisée peu de temps après son installation (courant décembre 2010), et bien avant que l'adresse au format `@facebook.com` devienne l'adresse proposée par défaut. (courant juin 2012). Il faudra voir dans les mois qui suifent quels usages accompagnent cette politique.

1038 Quand les amis ne sont pas sur ***Facebook***, téléphone (55%) et courrier électronique (39%) sont plébiscités. Pouvaient répondre à cette question les 29 répondants (7%) non-inscrits à un réseau socionumérique, et n'utilisant donc pas Facebook dans leurs modes de communication médiatisée par ordinateur..

rapport spatio-temporel entretenu avec les réseaux socionumériques : les pratiques de communication médiatisée par ordinateur semblent se distiller dans l'ordinaire et le quotidien.

C, L'articulation des outils et des cercles sociaux

Les répondants signalent que, s'ils sont inscrit à 93% sur ***Facebook***, ils apprécient de pouvoir utiliser les fonctionnalités, et d'avoir accès au graphe social d'autres réseaux socionumériques : ***Twitter*** (42%), ***LinkedIn*** (34%), ***Viadeo*** (39%) et ***Copains d'avant*** (31%) font ainsi partis du panel d'outils mobilisés par les internautes, dans un cloisonnement que résume assez bien le président-fondateur de ***LinkedIn***, Reid Hoffman : « ***LinkedIn is the office, Facebook is the barbecue in the backyard, and MySpace is the bar*** »[1039].

Mais les apprentis ne sont pas les principaux utilisateurs de cette boite à outil, s'ils affectionnent de nombreux sites, ils restent dans le quatuor évoqué plus haut, sans aller expérimenter de nouveaux sites. Après calcul du taux d'usage des réseaux socionumériques, les inactifs, les moins de 30 ans et les étudiants multiplient le nombre de sites auxquels ils sont inscrits, ainsi que le temps qu'ils y passent. Les apprentis quant à eux vont optimiser les fonctionnalités propres à ***Facebook*** à destination d'abord de la socialisation (avec le taux le plus fort : 7,63), laissant aux inactifs le travail de sémiotisation de soi, par le changement de photo de profil et par le choix d'un nom d'utilisateur (taux de 7,10). Le graphique représente les taux de sémiotisation et de socialisation pour les différentes populations. Il est intéressant de noter, chez les apprentis en BTS, entre les efforts de présentation de soi et ceux de relations sociales (différence de 1,9 point) : la combinaison des deux taux est assez proche de celles des étudiants et des personnes de moins de 30 ans. Notre hypothèse est que ces individus sont en cours d'intégration dans le corps social, ce qui explique leur fort taux de socialisation, mais que cette intégration est déjà partiellement validée puisqu'elle exige moins de manifestation d'un projet identitaire : celui-ci semble déjà en cours de stabilisation dans ce groupe. À l'inverse, d'une part les personnes déjà intégrées (travailleurs et personnes de moins de 30 ans) manifestent des efforts d'identification quasi nuls, tout en maintenant une socialisation (médiatisée par ordinateur) a minima. D'autre part, les inactifs seraient ceux avec un projet identitaire encore en construction, ou en recherche d'adéquation avec les normes du corps sociales : les efforts de présentation de soi sont alors les plus importants.

[1039] ***USA Today***, 31/12/2008, <www.usatoday.com/tech/hotsites/2008-12-30-social-networking-linkedin-growth_N.htm>

Reprenant ainsi ce que signalait Dominique CARDON en conclusion de son enquête *Sociogeek*, les classes populaires, et les enfants des classes populaires, font un effort manifeste pour intégrer dans leurs cercles sociaux des individus appartenant à des classes sociales supérieures (d'où la facilité avec laquelle les apprentis ont accepté notre sollicitation d'amitié sur *Facebook*).

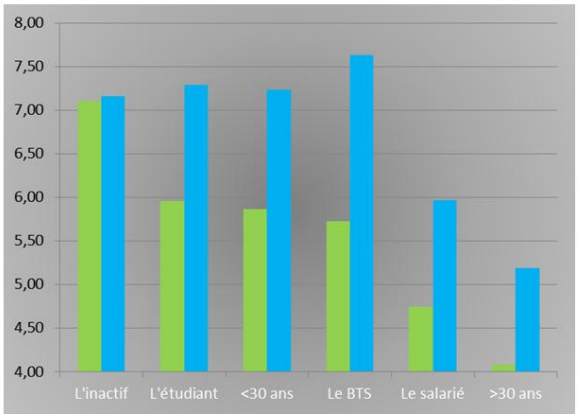


Tableau n° 13 : Résultat synthétique des taux de sémiotisation et de socialisation

3. Le co-apprentissage de l'inscription dans le corps social

3.1, La congruence multi-située

La latence et la distance entre le moment et le lieu de l'espace de production et ceux de l'espace de réception permettent à l'internaute de se façonner *ex ante* (identification en première instance : je montre ce que je veux montrer de moi), et *ex post* par rétroaction (identification en seconde instance : je montre de moi ce que je crois être attendu par les autres). Mais la séparation n'est pas le seul mode vécu par les internautes engagés dans des dispositifs de CMO. De nombreuses études ont montré à quel point il fallait appréhender le phénomène de coprésence, et résorber l'illusion d'une séparation entre réel et virtuel. Ainsi, la messagerie instantanée est présentée comme une interface entre les deux espaces de communication, mettant alors en avant

sa capacité à générer ou offrir de la coprésence[1040], un contact permanent[1041], un super-réseau[1042]. Ces questionnements se retrouvent dans les échanges en différé (mail, forum, liste de diffusion). Dans l'absolu, ces dispositifs permettraient « une forme originale du maintien des liens interpersonnels »[1043]. Mais est surtout observée leur application à des petits groupes sociaux (les enseignants[1044]), ou sur des thématiques précises (engagement civique[1045]) : c'est le cadre participatif prévu dans le modèle conceptuel, ou bricolé par les usagers, qui fonde cette coprésence. Multi-située, la messagerie instantanée, et les dispositifs de CMO, interrogent alors le chercheur en termes d'identité, d'anonymat et de la frontière entre ce qui relève du public et du privé[1046].

Vouloir séparer de prime abord ce qui a un nom ou pas, ce qui est dit ou non, ce qui est dans un espace ou un autre (et ici le « ou » n'est pas inclusif), n'est pas selon nous une approche apte à rendre état de ce qui se déroule au niveau social.

> « Pour l'essentiel, ce que les jeunes partagent entre eux, ce sont des formes de culture : mode, musique, médias. Pour le reste, il ne s'agit que de coprésence. Ceci est important pour le développement d'une vision sociale du monde. MySpace est à la fois le lieu du traîner-ensemble et liant culturel lui-même. MySpace et les messageries instantanées sont devenues des outils critiques permettant aux jeunes de maintenir "un espace disponible à toute heure pour des communautés intimes" », (BOYD, 2006)[1047]

Comme le souligne M. PASTINELLI, l'essentiel de cette socialisation réside dans « tous ces moments ordinaires où il importe peu aux uns et aux autres que les uns et les autres aient quoi que ce soit à

1040 DENOUËL, 2008, *op. cit.*

1041 AAKHUS M., KATZ J., *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge (NY) : Cambridge University Press, 2002

1042 DONATH J., "*Signals in Social Supernet*", *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol.13, n°1, 2007

1043 CHOUCROUN D., « L'utilisation du SMS : une forme originale du maintien des liens interpersonnels », Mémoire de maitrise, Université de Marne-la-Vallée, 2002. Cité par FLICHY, 2004

1044 CAVIALE O., BRUILLARD E., « Les jeux d'acteurs sur des listes de discussion institutionnelles d'enseignants », *Réseaux*, vol.3, n°155, 2009 : 137-176

1045 MARCOCCIA M., « Parler politique dans un forum de discussion », Langage et société, vol.2, n°104, 2003 : 9-55 ; BYRNE D., "*Public discourse, community concerns, and civic engagement: Exploring black social networking traditions on BlackPlanet.com*", *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol.13, n°1, 2007

1046 TOUSSAINT Y., « Voile et simulacre sur les messageries », *Réseaux*, n°38, 1989 ; VELKOVSKA J., « L'intimité anonyme dans les conversations électroniques sur les webchats », *Sociologie du travail*, n°44, 2002 ; GREBENNIKOVA-KRASAUTSAVA I., « L'interaction médiatisée à travers le chat comme dispositif sociotechnique », *Les enjeux de l'information et de la communication*, vol.1, 2008 : 20-30

1047 La citation de d. BOYD est reprise de MATSUDA M., "*Mobile Communication and Selective Sociality*" in ITO M., OKABE D., MATSUDA M., *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones In Japanese Life*, Boston : MIT Press 2005

dire, puisque l'essentiel, c'est bien d'être ensemble », (PASTINELLI, 2006 : 208)[1048]. Cet « espace d'être ensemble » s'inscrit dans ce que J. DENOUËL appelle le continuum entre le soi hors ligne et le soi en ligne »[1049].

Pour A. CASILLI, « les internautes apprennent à gérer ces codes de mise en scène du corps [smileys, etc.], comme dans la vraie vie on apprend vite à adapter notre comportement et nos gestes selon l'impression que l'on cherche à donner à nos interlocuteurs. », (CASILLI, 2010 : 128). Ainsi, il y aurait une continuité dans le travail de figuration qu'impose le cadre social, que celui-ci soit instancié dans le face-à-face ou en ligne. Pour STENGER & COUTANT, les dispositifs ne font que « potentialiser […] le phénomène anthropologique du cérémoniel », (STENGER & COUTANT, 2010)[1050].

Mais au-delà d'un « cadre fabriqué », le « cadre naturel », pour reprendre les notions de GOFFMAN, marque aussi de son empreinte la socialisation médiatée : « Comme les internautes sont toujours bien ancrés dans le réel d'un univers qu'ils partagent également hors ligne (...), la vie du canal est fortement marquée par le rythme des fêtes, du climat et de l'actualité », (PASTINELLI, 2006 : 203).

Or cet ancrage de la socialisation médiatée dans un univers réel peut maintenant être abordé en termes d'identité : « Les Rsn restant des lieux de socialisation circonscrits à un environnement relativement proche, les utilisateurs demeurent alors contraints dans leur tentative de fabrication par le fait que leur audience les connaît plus ou moins directement. Les frontières en ligne / hors ligne s'avèrent très poreuses. Les individus font avec des porte-identités et utilisent des éléments (imaginaires comme concrets) de leur environnement pour développer leur invention de soi sans établir de rupture entre ces deux contextes. », (STENGER & COUTANT, 2010). Il ne s'agit plus ici de considérer les réseaux socionumériques uniquement par la présence d'une « audience invisible » (BOYD, 2006), mais par celle d'une audience clairement identifiée.

Sur Grenoble ont lieu chaque année des apéros *twitter*, ainsi que des rencontres comme Blogueurs des Alpes, renommées ***WebInAlps***, où se retrouvent blogueurs, twitteurs et autres acteurs du web

[1048] « Il faut être arrivé à un haut degré d'intimité affectueuse pour pouvoir se permettre, quand on est deux amis ensemble, de garder longtemps le silence », (TARDE, 1901 : 75)
[1049] DENOUËL J., « Identité », ***Communications***, vol.1, n°88, 2011, p.75-82
[1050] « Le jeune au travers de cet outil peut s'engager ***potentiellement*** dans d'autres relations et prolonge au-delà d'une co-présence, les relations entretenues dans les lieux de socialisation primaire », TRÉDAN O., « Les weblogs dans la Cité : entre quête de l'entre-soi et affirmation identitaire », ***Cahier de recherches de Marsouin***, n°6, 2005 : 6. Nous soulignons : « potentiellement » peut ici se comprendre comme « virtuellement » : si les étymologies divergent, ***potis*** désigne le maitre (despote) et ***vir*** l'homme (viril), les deux termes marquent l'idée d'une force établie ou en devenir.

local. Ces événements se déroulent dans d'autres villes : Lille, Montpellier, Paris par exemple. Les ***LAN parties*** désignent des rencontres de joueurs dans un même local ; les ***Install parties*** font se rencontrer les membres de la communauté Linux ; les ***barcamps*** sont dédiés à des thèmes spécifiques et voient se retrouver des acteurs d'horizons divers. C'est au cours du ***barcamp E-reputation*** à Paris que j'ai rencontré Camille Alloing (doctorant SIC), Émilie Ogez (blogueuse et entrepreneuse), Fadhila Brahimi (coach personnel) ou Charles Nouÿrit (entrepreneur et fondateur de MyId.is) ; c'est au cours de ***WebInAlps*** que j'ai rencontré Carl Conrad (entrepreneur), Olivier Jadzinski (acteur du web local) et Jean-Baptiste Audras (doctorant SIC) : avec chacun nous avons discuté de leurs pratiques et de leurs représentations des processus identitaires en ligne, et des stratégies d'acteurs socioéconomiques supportant ces processus. De même, plusieurs échanges avec des membres de ***Twitter*** nous ont révélé la tendance à ne pas suivre les individus qui ne remplissaient pas ou peu leur profil sur ***Twitter***, ou qui avaient laissé « l'œuf comme avatar »[1051]. Pour A. CASILLI, ces comportements sont à rapprocher de l'économie du don (et de la reconnaissance)[1052] : « les usagers en viennent à renoncer à leur anonymat pour être mieux reconnus en tant que donneurs », (CASILLI, 2010 : 56). Il note ainsi tout un équilibrage entre profils trop riche, trop « parfaits » et donc suspicieux, et rétractation de l'anonymat. Le cadre de l'institution nominale marche à plein régime dès lors qu'on se situe dans une organisation collective sans présence directe. Ainsi, les attentes sont fortes en termes d'identification : elles conditionnent le cadre participatif, qu'il soit en ligne ou hors ligne, et au-delà ce processus d'identification est au cœur du modèle du salon (dans une approche socio-économique ; chapitre 3) et du cadre privatif (dans une approche microsociale, chapitre 8).

Ainsi, comme le signalait déjà LELONG & METTON, « les frontières online/offline se résorbent et les deux sphères s'enrichissent mutuellement »[1053]. Dès lors, la porosité de la vie privée s'expliquerait par la continuité des interactions dans différents espaces/dispositifs dont le cadre semble identique aux yeux des actants. C'est pourquoi nous envisageons une congruence entre la socialisation et son instanciation dans des dispositifs techno-sémio-pragmatiques. Cependant, trois modérations doivent être apportées.

1051 L'avatar par défaut de *Twitter* est un œuf. L'usager est invité à le personnaliser au moment de son inscription.
1052 Voir également BARBROOK R., « L'économie du don high-tech », in BLONDEAU O., LATRIVE F. (dir.), ***Libres enfants du savoir numérique. Une anthologie du libre***, Paris : Éclat, 2000, p.143-157
1053 LELONG B., METTON C., "***Children, security and new media: A review of anglo-saxon research***", ***Annales des télécommunications***, vol.62, n°11-12, 2007, p.1256-1273

A, La confusion entre autoréification et autoréalisation

Judith DONATH avait déjà montré que les internautes profitaient des services web pour changer d'identité en ligne[1054]. Au-delà du processus psychique, Julie DENOUËL ancre cette pratique dans la modernité, « le mouvement expressiviste favorisant l'émergence d'un soi pluriel et fragmenté », (DENOUËL, 2011). En ligne, aujourd'hui, il est tout aussi facile de se faire passer pour un chien, comme celui de Peter Steiner, de s'essayer au rôle, à la posture et au genre[1055]. Il est également possible de ne pas chercher l'expérimentation, la découverte de soi, et d'en rester uniquement au jeu, au paraitre. Il y a, pour Fabien GRANJON, une forme de pouvoir à façonner une fausse identité à laquelle adhéreraient des internautes, l'internaute devenant créateur de son public, qui croit « en cette identité fictive, notamment du fait des multiples traces mises en ligne qui apparaissent comme autant de confirmations de la crédibilité des traits identitaires exposés » (GRANJON, 2011 : 99).

Mais, comme le signale le chercheur, cette satisfaction du démiurge cache en fait une inadaptation au jeu social tel que nous l'avons montré précédemment. Citant le philosophe Stéphane HABER (traducteur d'Axel HONNETH, philosophe continuateur de l'école de Francfort, pour qui l'autoréification est proportionnelle à l'institutionnalisation de l'exposition de soi[1056]), Fabien GRANJON estime toutefois qu'il y a dégradation d'une « forme de présence, où se joue la possibilité d'être soi-même », (GRANJON, 2011 : 100)[1057]. Il faut se garder cependant de considérer ces changements autrement que comme des essais, et de ne voir dans ces pratiques de travestissement qu'une altération de la réalité.

> « La facette identitaire produite (en ligne) est à la fois l'initiative de l'individu qui se donne à voir sous un certain angle, mais en même temps, cette production de soi lui échappe au point qu'il éprouve une réelle distance avec cette représentation. Cette expérience paradoxale de dépossession de soi peut conduire à deux formes d'ajustement. La première consiste en un retrait ou un désengagement de cette identité, qui a pour vertu de mettre fin à ce décalage, mais qui peut impliquer un coût social : perdre la face et/ou abandonner les éventuelles gratifications symboliques

1054 DONATH J., "*Identity and Deception in the Virtual Community* ", in KOLLOCK & SMITH, 1999, p.25-59, *op. cit.*
1055 VAN ZOONEN L., "*Gendering the Internet*", *European Journal of Communication*, vol.17, n°1, 2002, p.5-23
1056 HONNETH A., La *réification. Petit traité de Théorie critique*, Paris : Gallimard, 2007
1057 HABER S., « Que faut-il reprocher aux manuscrits de 1844 ? », *Actuels Marx*, n°39, 2006, page 57, cité par GRANJON, 2011

> issues de cette activité. La seconde revient à maintenir cette identité et à en confirmer, au moins certains de ses aspects, ce qui permet de préserver la face, mais au prix d'un renforcement de cette fausse adéquation entre ce soi numérique vécu comme un "autre" et le soi "réel" », (GRANJON, 2011 : 96)

Les conséquences sont doubles pour l'auteur :

- d'une part il y a autoréification, l'écriture de soi fonctionnant comme une prophétie auto-réalisatrice, avec les illusions que cela engendre (mode fictionnalisant en production endogène). « L'autoréification est une forme d'aliénation, du fait qu'elle se caractérise par une privation de liberté, des formes de diminution de soi et une réduction des champs des possibles de l'autoréalisation » ;
- et d'autre part, il ne s'agit pas d'une forme d'inauthenticité mais plutôt comme une forme d'« impuissance ou d'un manque de compétences à créer un cadre pratique laissant ouverte la possibilité d'expérimenter diverses formes d'autoréalisation, ainsi que celle de pouvoir conduire leurs ajustements pratiques dans le respect de soi et d'autrui », (GRANJON, 2011 : 100). Ainsi, le projet identitaire en ligne doit s'apprécier comme un apprentissage du social.

Extrait n°11 : Message d'Anaïs, AG1

Pour les apprentis, dont le projet identitaire est généralement déjà bien ancré, les statuts publiés tendent moins à expérimenter son soi qu'à savoir où se situer entre l'adolescence, qui râle après les examens, les enseignants, les patrons, et l'âge adulte, avec les gratifications qu'il apporte en termes de responsabilité et de reconnaissance sociale. **Il s'agit bien d'éditorialiser son apprentissage de l'âge adulte, de faire la démonstration de son autoréalisation**.

B, Une validation par les pairs en valeur absolue

Si l'expérimentation compte moins que l'expérience, elle n'en reste pas moins attaché au regard des autres. Dans le corpus D, les photos sont systématiquement ponctuées de commentaires élogieux. La littérature en sociologie des usages ou en CMO abonde largement dans

le sens de ce que les philosophes de l'identité avaient signalé (et que nous avions reproduit dans le chapitre 2). Toutefois, une différence notable existe entre l'expérimentation de soi dans la chambre et en ligne. Ce dernier espace est supporté par un dispositif électronique qui enregistre tout Ainsi, l'apprentissage par essai-erreur que souligne le psychiatre S. TISSERON[1058], s'il provoque l'émoi et le débat sur le droit à l'oubli est aussi un apprentissage de l'altérité.

Nous ouvrons ici une parenthèse pour illustrer cet apprentissage par essai-erreur : Bérénice travaille dans une jeune entreprise spécialisée dans la conception et la commercialisation de produits audionumériques haut de gamme destinés à des clients institutionnels prestigieux (grands centres d'exposition culturelle à travers le monde). Les exigences sont très élevées en termes de présentation de soi, de contrôle des registres d'expression, mais aussi au niveau des outils administratifs à mettre en place : il ne faut pas faire attendre le client. Bérénice, quant à elle, se décrit comme une « campagnarde » joviale et décomplexée. La rencontre entre les deux univers socioculturels est déjà électrique : nous en ressentons les effets lors des visites en entreprise. Puis arrive le début de la 2ème année : nous sommes en octobre 2009, *Facebook* connait son pic d'inscription.

Extrait n°12 : Message d'insulte de Bérénice [F001]

La publication de ce message entraine de nombreux commentaires, dont celui de son enseignante :

1058 Séminaire *Proteus*, CdB, 06/06/2009 : l'apprentissage par essai-erreur consiste à expérimenter une action pour définir les risques qu'elle entraine. Par exemple, l'ancrage sensori-moteur se fait par des expériences douloureuses qui cadrent le bon geste. C'est par ce type d'incorporation que se déroulent certains processus cognitifs (comme la kinésie sportive, tandis que d'autres reposent sur la répétition). En ligne, l'apprentissage par essai-erreur se caractérise par des publications qui sont aussitôt l'objet de moqueries, humiliations, etc., cadrant les limites de l'extimité et de l'interaction sociale.

Extrait n°13 : Commentaire de son enseignante

Bérénice crée un album photo sur *Facebook* pour prouver le dispositif. Je lui expliquerai qu'il s'agit d'un panoptique : sa tutrice peut surveiller les activités de Bérénice sans qu'elle le sache. Comme Bérénice en ait à ses premiers jours sur *Facebook*, elle a laissé ses réglages de confidentialité par défaut : ouvert à tous, y compris à sa tutrice. Celle-ci, faisant preuve de tact (au sens goffmanien, c'est-à-dire dans le respect de la face d'autrui), ne fera qu'une allusion à cette lecture. Il n'empêche que cet implicite sera performatif : une fois passée la colère, Bérénice comprend que son usage de *Facebook* est à la fois contraire aux règles de l'entreprise, et contraire aux conventions sociales. Elle ne sera pas renvoyée, mais son contrat ne sera pas renouvelé. L'ambiance de travail, déjà pénible, n'ira qu'en empirant dans les mois qui suivront, jusqu'à se geler dans une courtoisie patiente. Bérénice signalera chaque retour dans cette entreprise par un laconique « C'est lundi c'est pourri », jusqu'à un « C'est vendredi c'est fini ». Elle jure depuis qu'on l'y reprendra plus ; l'ensemble de ces contenus est toujours en ligne aujourd'hui, mais il est à accès limité[1059].

Toutes les expérimentations se font dans l'attente d'une approbation par les pairs ou avec des tiers (DENOUËL, 2011). Travaillant sur le chat (ou clavardage), V. BEAUDOIN et J. VELKOVSKA notaient déjà en 1999 que « ce travail sur l'identité n'a de valeur que s'il est reconnu, validé ou réfuté par les autres »[1060]. Nous sommes bien ici dans le cadre de la co-construction identitaire, de l'intersujectivation (DENOUËL, 2011), y compris en contexte numérique. Alexandre COUTANT reprend à son compte une citation de GOFFMAN marquant ce processus : « L'individu doit compter sur les autres pour compléter un portrait de lui-même qu'il n'a le droit de peindre qu'en partie »[1061].

Ainsi, l'objectif est d'avoir l'air « cool » (BOYD, 2006). Or, si être cool peut correspondre à une nonchalance envers les pressions institutionnelles (y compris parentales et scolaires), et si cela se

[1059] L'intégralité des échanges et productions se trouve dans le corpus F
[1060] BEAUDOIN V., VELKOVSKA J., « Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) », *Réseaux*, vol.17, n°97, 1999. Citation p.165
[1061] GOFFMAN, *Les rites d'interaction*, 1967 : 75, cité par COUTANT A., « Des techniques de soi ambivalentes », *Hermès*, n°59, 2011 ; citation p.56

manifeste dans des productions éditoriales où l'humour et la moquerie tentent d'écorner les enseignants, les employeurs, ou dans une autre dimension, les stars et les puissants, la volonté de s'affirmer peut parfois prendre des tournures radicales, dans le texte ou dans l'image. Les photos trash du corpus D (principalement des photos de soirées étudiantes), qu'elles soient publiées par le titulaire ou l'un des amis, sont des actes menaçant la face, pourtant elles sont rarement vécues comme une atteinte au territoire personnel. C'est principalement au cours des entretiens avec les acteurs de ces publications que nous ont été rapportées le fait qu'elles sont vécues d'abord comme un événement anodin, sans importance parce qu'éphémère. Ensuite, la médiatisation de ces moments de peu de gloire est en fait vécue comme des moments de célébrité (certes éphémère) : peu importe la valeur de la validation par les pairs, seule semble l'emporter l'acte de reconnaissance.

> « Le caractère plus ouvert des chaines de commentaires [sur Skyrock] incluant un plus grand nombre de personnes permet des sujets plus polémiques et des propos plus enflammés. On voit alors la norme sociale prendre le relais du dispositif technique puisque les participants trop vindicatifs sont dépréciés, voire exclus par les autres intervenants. En définitive, peu d'enquêtés reconnaissent avoir été gênés par la diffusion de certains éléments sur eux ou par des échanges dans lesquels ils auraient perdu la face », (STENGER & COUTANT, 2010)

Enfin, ces événements, s'ils sont minorés en première lecture, et majorés en deuxième, sont surtout ritualisés : la fête étudiante, la beuverie, les déguisements, les moqueries font partis des passages obligés de la fin de l'adolescence ; de même, les apprentis reconnaissent, sans l'exprimer ainsi, que les failles de figuration font parties de la nature humaine[1062].

> « C'est [avec la dynamique de popularité] que nous tous avons appris les règles de la vie sociale, du statut, du respect, des cancans et de la confiance. C'est ce que les jeux de statut nous apprennent. », (BOYD, 2006)

[1062] Alors que l'essentiel de notre population est composée de filles (spécificité des deux BTS AG et AM), c'est surtout les garçons qui sont convoqués dans ce genre de photos. C'est avec eux, Gérard, Raoul, Fabien, Philippe, Oscar, que nous en avons principalement discuté. Les filles de la clique et quelques autres éléments extravertis vont dans le même sens.

C, Le double profil

La dernière modération que nous voulons signaler à la congruence multi-située nait de l'observation dans les usages de profils multiples attachés à un seul titulaire. Si près de 78% des répondants inscrits à ***Facebook*** n'ont qu'un seul profil (pourcentage identique en BTS), 13% en ont deux (contre 7% en BTS). De rares cas, comme celui de Raoul, vont jusqu'à une dizaine de profils, mais « c'est pour le fun » ; seulement 7% dans le questionnaire, et 4% parmi les BTS [Q36]. Ces deux profils pourraient faire croire à une schizophrénie, une dualité dans le psychisme des participants du site, des représentations qu'on retrouve dans les discours sociaux, en discutant avec les parents ou les enseignants. Or, dans les entretiens, les apprentis expliquent leur stratégie : « un profil pour les parents, les adultes, un truc bien propre. Et un profil plus trash sur lequel on peut se lâcher, c'est pour les potes », Anaïs). Si la rareté de ces doubles profils ne nous permet pas de valider plus avant un rapport aux normes sociales opéré dans les réseaux socionumériques, les effets de bord peuvent conduire à penser soit que ces pratiques vont disparaitre, soit qu'elles vont s'intensifier. Nous signalons cependant que dans les usages, nous avons vu apparaitre cette tendance au fil des mois de la thèse : elles perpétuent la stratégie de « la mue et du lièvre » qui se déroulait sur ***Skyblog*** (changer de pseudo et d'URL pour éviter les parents et les anciens amis ; BOYD, 2007b). Elle marque aussi selon nous deux niveaux d'incorporation des normes sociales : le premier affectant de suivre les conventions sociales en termes de paraitre, de sociabilité, reproduisant des actes flatteurs de la face et globalement inscrit dans le procès de civilisation. Ces pratiques peuvent donc s'apprécier dans la perspective de l'interactionnisme symbolique, ainsi que le mentionne fort à propos Jürgen HABERMAS, dans une citation qui selon nous englobe les résultats que nous avons soulevé dans cette partie :

> « L'adoption de rôle est conçue comme le mécanisme d'un processus d'apprentissage au cours duquel l'adolescent construit le monde social et en même temps constitue sa propre identité. Le concept d'adoption de rôle permet de comprendre l'individuation comme un processus de socialisation, et en même temps la socialisation comme une individuation. L'interactionnisme symbolique dépasse l'opposition abstraite entre les structures institutionnelles et la diversité des identités dans un processus de formation

> à caractère circulaire, également constitutif des deux côtés : de l'ordre social et des acteurs »[1063]

Le second niveau d'incorporation peut s'apprécier comme une ordalie numérique, marquant un temps de repos dans cette assimilation : il s'agirait là aussi, comme dans les statistiques, d'un effet de bord du procès de civilisation, *Facebook* opérant alors comme un espace d'accueil des reliquats affectifs contraints par les normes sociales. Touchant alors à l'articulation entre affectivité et normes sociales, nous développerons ce point dans la III[ème] partie.

3.2, La veille mutuelle

Multi-situées et multi-médiatées, les interactions entre pairs potentialisent leurs liens socio-affectifs. Dans le cas d'une participation à une culture collective, les travaux s'attachent à montrer la dynamique grégaire constitutive de la communauté, dépassant le simple cadre individuel.

A, Circonscrire un espace pour le projet identitaire

Ainsi, Iannis PLEDEL, à l'origine spécialiste en SIC du journalisme participatif et des communautés associées, insiste sur le fait que les réseaux socionumériques « ne sont donc pas une simple juxtaposition d'individus isolés, mais une véritable structure sociale qui repose sur la cohésion de ses membres : à l'intérieur de la communauté, par le partage d'usages de langue, de symboles, d'affects… ». L'auteur évoque un comportement tribal du web 2.0[1064]. Dès lors, des travaux en anthropologie sont mobilisés, où l'on voit réapparaitre les postulats de Robin DUNBAR. Ce dernier emprunte aux primates un comportement qu'il calque sur la socialisation en ligne, il s'agit du « grooming verbal », ou de l'épouillage[1065]. À la façon dont les singes s'assistent réciproquement, notamment dans la recherche des poux dans le pelage de leurs congénères, les

1063 HABERMAS J., *Logique des sciences sociales et autres essais*, Paris : PUF, coll. « Philosophie d'aujourd'hui », 1987. Citation p. 423-424, reprise dans VION, 1992 : 76
1064 PLEDEL I., « Réseaux sociaux et comportements tribaux », 2009, <www.placedesreseaux.com/Dossiers/reseau-relationnel/agoravox1.htm>
1065 DUNBAR R., *Grooming, Gossip and the Evolution of Language*, Cambridge (NY) : Harvard University Press, 1998

internautes s'assistent réciproquement, *via* le clavardage, apportant de l'aide, de l'assistance, du conseil face à des difficultés de toutes natures (scolaire, sentimentale, professionnelle, technique).

> « Ces outils sont donc, dans l'ensemble, des techniques de l'autonomie et de la connexion. Ainsi, la pratique de l'informatique, contrairement à bien des idées reçues, n'isole pas des autres. Elle s'inscrit dans une sociabilité forte, au sein des groupes de pairs. Les jeunes, par exemple, s'échangent des logiciels, des astuces diverses pour mieux maîtriser l'appareil. Les jeux vidéo sont souvent pratiqués collectivement », (FLICHY, 2004 : 37)

Mais cette assistance renvoie également à l'extimité, cette monstration de soi cherchant validation par les pairs[1066]. Il y a expérimentation de l'identité numérique, parfois dans l'excès des propos, du choix des avatars, du dévoilement, de la stratégie de présence parce qu'en échange l'internaute attend le regard, le compte-rendu (en anglais l'*accountability*[1067]) et le commentaire des autres internautes, quel que soit le groupe auquel ils appartiennent. Ainsi, c'est une identification en première instance qui se conçoit sur une base de confiance avec ses pairs[1068].

Enfin, pour en finir avec la citation d'I. PLEDEL, il rappelle qu'une communauté est adossée à un extérieur, « en une logique manichéenne où s'opposent un "eux" et un "nous" » (PLEDEL, 2008). Il y a les « amis », et les autres. Si le terme « ami » employé sur le site doit d'abord être compris comme la traduction de l'anglais *friend* (étym. : « celui qui m'est cher »), l'acception amicale qu'il recouvre doit se détacher d'une connotation romantique typiquement française. A. CASILLI développera toute une analyse en en restant au terme de "*friending*", l'action sociale engagée avec un tiers, dénuée de toute référence à la sentimentalité.

> « En l'absence d'une véritable proximité sentimentale entre amis en ligne, les mobiles pour l'établissement du lien deviennent complexes, ambigus. Nous pouvons choisir de suivre un contact afin de le surveiller. (...) Dans un contexte hors ligne, un comportement de ce type suffirait à détruire le lien de confiance entre amis. Dans les réseaux numériques, au contraire, il peut même finir par les renforcer. (...) Le lien

1066 TUFEKCI Z., "*Can You See Me Now ? Audience and closure Regulation in Online Social Network Sites*", *Bulletin of Science, Technology & Society*, vol.28, n°1, 2008 : 20-36
1067 LEE H., "*Privacy, Publicity, and Accountability of Self-Presentation in an Online Discussion Group*", *Sociological Inquiry*, vol.76, n°1, 2006 : 1-22
1068 LINDSKOLD S., "*Trust development, the GRIT Proposal, and the Effects of Conciliatory Acts on Conflict and Cooperation*", *Psychological Bulletin*, vol.85, n°4, 1978 : 772-793

> d'"amitié", qui auparavant était unidirectionnel, se renforce pour permettre une surveillance constante et éventuellement des représailles », (CASILLI, 2010 : 274).

L'auteur est dans l'idée qu'un actant A surveille les productions de B : en cas d'un contenu lui portant atteinte, A pourrait sanctionner B, selon plusieurs modalités : « lui pourrir son Mur », pour reprendre l'expression des apprentis, ou bien symboliquement rompre le lien d'amitié en ligne (quitte à le maintenir hors ligne par souci de la face). Il est possible également que A surveille le réseau social de B pour lui signaler des propos attentatoires[1069]. On passerait alors du ***friending*** au ***grooming***[1070]. Étant donné la multiplicité des espaces de production, un individu seul ne pourrait surveiller les propos le concernant : il y aurait une forme de délégation auprès des pairs, et plus particulièrement des liens forts. Le don de données personnelles pourrait alors se comprendre d'abord comme un contrat de lecture du projet identitaire passé avec des proches (sur ***Facebook***) et ou avec une communauté thématique (sur ***Twitter*** et les autres réseaux socionumériques), ensuite il pourrait se comprendre comme un contrat d'assistance de ce projet identitaire : validation du projet (et de la face positive du titulaire) avant son adoption au grand jour, mais aussi préservation contre les atteintes à la face négative par des tiers. Ainsi, nous avons eu l'occasion de voir comment les apprentis signalaient à des proches qu'un tiers avait rédigé un commentaire, voire un statut, dévalorisant sur ***Facebook*** : il est utile de préciser que ce signalement a toujours été observé hors ligne, et que nous n'avons pas trouvé trace de signalement médiatisé. Ainsi, le ***grooming*** ne pourrait se tenir qu'à proximité, ou dit autrement à distance de l'espace de nuisance, relativisant ainsi la congruence multi-située. À ce niveau de pratiques, M. PASTINELLI parle d'une « sociodépendance » (PASTINELLI, 2006 : 214) : revers de l'intersubjectivité où l'alter ego sert à la construction du projet identitaire, la sociodépendance montre que l'instrumentalisation du rapport à autrui peut aussi se caractériser par un besoin de se protéger : **double écran donc que celui de l'amitié, dans lequel on se reflète et derrière lequel on se protège**.

Il est possible également de considérer ces interactions sans finalité instrumentale : cité par FLICHY (2004), N. VANBREMEERSCH parle d'une « socialisation bistrotière », faite d'anecdotes et de

---

[1069] En entretiens collectifs, plusieurs filles nous ont signalé regarder le Mur de leur petit ami, afin de surveiller ses interactions avec d'autres filles. D'autres, à l'inverse, ont dû supprimer leurs comptes, ou des contenus, sur injonction de leur petit ami (photos en maillots de bain notamment). Le contexte religieux est donné comme explication.

[1070] Dans son ouvrage, et à ce propos, A. Casilli (2010 : 281) fait références aux travaux de deux chercheuses américaines : DONATH J., "***Signals in Social Supernet***", ***Journal of Computer-Mediated Communication***, vol.13, n°1, 2007, 2007 et TUFEKCI Z., "***Can You See Me Now ? Audience and closure Regulation in Online Social Network Sites***", ***Bulletin of Science, Technology & Society***, vol.28, n°1, 2008, p.20-36.

rumeurs[1071]. En entretien, *Facebook* est renommé « languedevipere.com », résumé à des « trucs de commères ». Comme *Skyblog* qui ne servait qu'aux « embrouilles » (COUTANT & STENGER, 2010), *Facebook* peut aussi être un élément déclencheur de conflit dans les micros groupes sociaux : dans les entretiens individuels, les crises de jalousie reviennent fréquemment (Anaïs, Carmen, Lise).

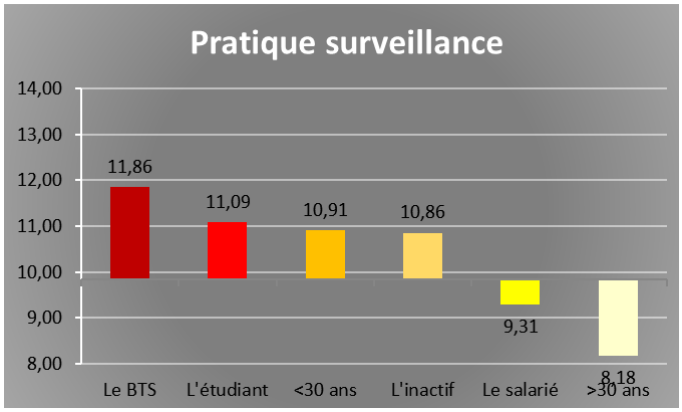
Cette surveillance relève quand même d'un outillage et d'une médiatisation. Le Mur de *Facebook* opère ce qui est ségrégation d'un côté, agrégation de l'autre, surveillance de la malveillance d'un côté, et de la bienveillance de l'autre. Techniquement, le fait de devenir « ami » avec un autre sur *Facebook* revient à s'abonner à son flux de productions éditoriales (et renvoie au modèle socio-économique du salon présentée dans la partie précédente). Cet abonnement, surtout dans le cadre amical, est l'une des briques rendant possible la surveillance. C'est pourquoi *Facebook* est souvent comparé à un panoptique (ce modèle architectural chez Bentham et Foucault où le surveillant voit tout sans être vu) : l'internaute peut derrière son écran observer l'éditorialisation de ses proches sans que ceux-ci sachent qui précisément consulte leurs contenus. Il existe une forte pression de la part des utilisateurs de *Facebook* pour identifier et mesurer son audience, et de nombreuses publicités pour des applications promettant ce genre de fonctionnalités circulent sur le site. Comme cette fonctionnalité n'est pas implémentée de manière native dans le code source du logiciel *Facebook*, ces applications sont en général des chevaux de Troie pour du piratage. Elles montrent toutefois une attente en termes d'identification de l'audience invisible, et le besoin de déléguer, si ce n'est à des outils, à tout le moins à des amis, la surveillance de ses propres données personnelles, ainsi – surtout – que celle de ses amis[1072].

Dans l'enquête, comme dans les entretiens, individuels ou collectifs, si le prétexte de l'inscription est de retrouver les amis d'enfance et de discuter avec ceux qui se sont éloignés, dans la pratique, une fois installés les habitudes, c'est la lecture du statut des autres qui l'emporte. Ainsi, si la surveillance du Mur des autres a tout à fait incité à s'inscrire 9% des répondants, ils sont 19% plus tard à dire qu'ils lisent « tout le temps » les statuts de leurs amis. En entretien collectif, plusieurs individus signalent, en riant, qu'ils se sont inscrits « pour traquer du monde ». Les apprentis en

1071 VANBREMEERSCH N., *De la démocratie numérique*, Paris : Seuil, coll. « Médiathèque », 2009

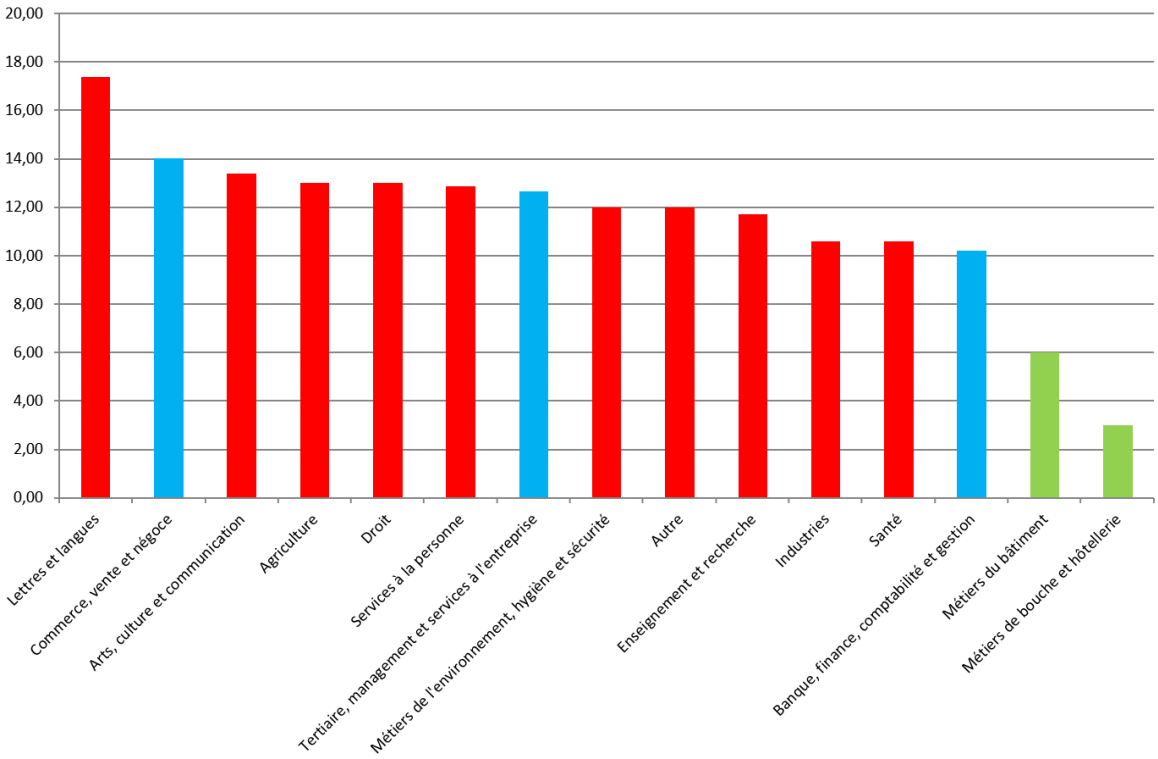
1072 Les "*little sisters*" sont un concept développé par le designer Jan CHIPCHASE, en opposition à *Big Brother* : nos appareils électroniques sont les nouveaux capteurs de la surveillance, <janchipchase.com/2008/02/big-brother-little-sister>. Sans faire référence au registre technologique, les "*little sisters*" reprennent l'image du grand frère surveillant ses petites sœurs dans le bac de sable. S'il advenait que le grand frère disparaisse, nous pouvons imaginer alors que les petites sœurs se surveilleraient mutuellement. Bob Blakley estime que nous sommes « les gardiens de nos frères », <identityblog.burtongroup.com/bgidps/2009/10/gartner-gets-privacy-dead-wrong.html>

BTS sont d'ailleurs ceux adoptent le plus les pratiques liées à la surveillance de leur réseau social (avec un taux de 11,86 pour une moyenne générale à 9,84 : seuls les salariés et les personnes de plus de 30 ans sont en dessous de cette moyenne).



Graphique n° 11 : Histogramme des pratiques de surveillance, par segment de population

Nous avons cherché à savoir comment se situaient nos apprentis dans ces pratiques : en recalculant le taux par rapport au secteur d'activité renseigné, nous obtenons des résultats très ambigus.



Graphique n° 12 : Histogramme du taux de pratique de la surveillance, par secteur d'activité

Les trois filières sont en bleu[1073] : ce qui correspond aux BTS MUC et NRC se trouve le plus à gauche (2ème score), au milieu se situent les AM, le 3ème score en bleu correspond aux AG et CGO. Si les professionnels de langues et littératures semblent le plus enclin à mettre en place des pratiques de surveillance, les professionnels du bâtiment et de l'alimentaire sont les moins adeptes de ces pratiques. Notre interprétation est que pour eux, les procédures liées à la traçabilité des aliments ou des composants de construction ne sont pas portables sur des éléments humains. De même, la surveillance des flux monétaires (comptabilité, finance, banque, mais aussi assurance) ou les pratiques de veille sanitaire (4ème résultat droite : santé) sont soit compartimentées, soit incorporés. Par défaut de résultats plus fins, nous ne proposons pas de trancher : cependant, cela pose la question de la représentation de cette surveillance. Si elle motive leurs usages de *Facebook*, les répondants (du questionnaire et des entretiens) peinent à se représenter de manière cohérente la surveillance dont ils sont eux-mêmes l'objet. C'est chez les apprentis que nous trouvons le plus grand écart entre leurs pratiques et leurs représentations. Ainsi, alors que les apprentis en BTS (1ère ligne du Tableau n° 14) sont en moyenne ceux qui déclarent adopter le plus des pratiques de surveillance (20,4% au-dessus de la note moyenne de 9,84), ils sont ceux qui ont le moyen le sentiment d'être surveillés (5,4% en dessous de la note moyenne de 6,29) : par rapport aux résultats des salariés, cet écart entre pratique et représentation s'élève à 40%.

Profil	Pratique surveillance	≠ moy. en %	Sentiment surveillance	≠ moy. en %	Σ des ≠ en val. abs.	Σ des ≠	Total
Le BTS	11,86	20,4%	5,94	-5,4%	25,9%	15,0%	40,9%
L'étudiant	11,09	12,7%	6,51	3,5%	16,2%	16,2%	32,4%
< 30 ans	10,91	10,8%	6,27	-0,3%	11,1%	10,5%	21,7%
L'inactif	10,86	10,3%	6,19	-1,5%	11,8%	8,9%	20,7%
> 30 ans	8,18	-16,9%	6,31	0,5%	17,4%	-16,5%	0,9%
Le salarié	9,31	-5,4%	6,17	-1,9%	7,3%	-7,3%	0,0%
Total	9,84		6,29				

Tableau n° 14 : Calcul des différences entre pratiques et représentations de la surveillance

Quand on en discute avec eux, le rapport à la surveillance s'inscrit dans un contexte plus global, et peu structuré, échafaudé à partir de présupposés et de théories obscures. Pour Hermione et

[1073] Rappel : MUC, Management des unités Commerciales ; NRC, Négociation et Relation Clientèle ; AG : Assistant de Gestion PME-PMI ; AM : Assistant de Manager ; CGO : Comptabilité et Gestion des Organisations.

Vincent, *Facebook* appartient à la secte des *Illuminati*. Dans l'enquête, 53% des répondants pensent que l'État surveille *Facebook*, à égalité avec des entreprises de marketing. Puis viennent les pirates informatiques (62%) et les employés de *Facebook* (63%). Ceux des éditeurs d'applications-tierces (les jeux, les quizz) de la plateforme ne semblent inquiéter que 58% des répondants. **Ainsi, un défaut de connaissance des régimes informatiques, législatifs et économiques semble caractériser les représentations de la surveillance en vigueur autour des réseaux socionumériques.**

B, Se protéger par le langage

D'autre part, près d'un tiers des membres répondants ne se sentent pas surveiller sur le site, d'abord parce que cette surveillance leur semble convenue, ensuite parce qu'ils encodent leurs contenus. En effet, 77% déclarent faire attention à ce qu'ils disent : nous avons constaté que l'apprentissage de *Facebook*, par essai-erreur, conduisait à une minimisation des prises de risque dans les stratégies éditoriales. Mais ne voulant pas brider la teneur de leurs productions, ils usent de stratagèmes pour en gêner l'interprétation par un tiers, y compris à l'intérieur de leur réseau social. Seulement 4% des répondants ignore quels sont leurs réglages de confidentialité, 2% les ont consulté sans les modifier, 1% a ouvert son profil à tout le monde : tous les autres ont soit limité la consultation à leurs seuls amis (53%), soit ont paramétré encore plus finement leurs réglages. Ensuite, selon chaque publication, les auteurs peuvent en personnaliser la diffusion (dans un menu avec un cadenas pour icône) : 54% le font, tandis que seulement 14% utilisent des idiolectes (allusions, jeux de mots, références connues seulement de leur cercle proche). Toutefois, à la lecture des statuts, il apparait une grande part d'implicite. Nous supposons que cette « implicature conversationnelle » (pour un terme issu de la linguistique de GRICE) est intentionnelle chez les locuteurs, même si elle n'est pas explicite dans notre sondage : une confrontation entre l'énonciateur et son statut, comme nous avons pu en faire avec Carmen, Béatrice ou Florence, nous apprend les motifs et les significations de certains messages.

Extrait n° 14 : [C018], 26/03/2010, une photo compromettante du fiancé de Carmen défraie la chronique nationale

Pour le chercheur, il pourrait paraitre difficile de décrypter cette dose d'implicite : c'est là que l'immersion parmi les apprentis usagers de *Facebook* apporte la clé de déchiffrement. Ainsi, par exemple, quand Bérénice dit qu'elle pense à « elle », nous savons de qui il s'agit, et pourquoi (colite néphrétique d'Élisabeth), de même que l'intéressée comprend l'implicite. L'usage des pronoms personnels sans référent est très fréquent dans ces écrits d'écran. En étant multi-située, l'immersion a permis d'avoir accès à une clé transmise dans un contexte et servant à déchiffrer une production éditée dans un autre.

Les tactiques qui sont ici mises en œuvre par les usagers du site passent pour l'essentiel par des pratiques langagières : allusion, citation, référence à une chanson, un sketch, une histoire interactionnelle, usage de déictiques et d'idiolectes, de "*private joke*", remise à plus tard de la conversation (dans un cadre plus hospitalier pour accueillir des anecdotes personnelles).

Nous verrons ainsi en III^{ème} partie le rôle crucial que ces différentes tactiques de détournement jouent dans l'opérationnalisation du cadre privatif. Pour l'heure, il s'agit bien de comprendre que ces pratiques relèvent de tactiques individuelles, et qu'elles s'opposent aux stratégies d'acteurs, notamment économiques. L'emploi de ce vocabulaire fait référence à la sociologie des usages de Michel DE CERTEAU : reprenant les définitions militaires de von Clausewitz, il situait dans un

rapport de domination entre les deux groupes d'acteurs. Face aux stratégies des dominants, les dominés déployaient des tactiques de détournement, de bricolage, d'appropriation. Un « faire avec » le dispositif qui permettaient aux individus de satisfaire l'usage qu'ils en attendaient. Ici, ce n'est pas le rapport de domination qui nous invite à employer ce vocabulaire : nous considérons au contraire que ces tactiques rééquilibrent le rapport de force entre concepteurs/opérateurs du dispositif et utilisateurs. Nous situons ces rapports dans une configuration avec des influences réciproques : en effet, rien n'empêche dans le cadre de fonctionnement d'un dispositif que des tactiques se déploient dans le cadre d'usage. La singularité des situations d'énonciation (l'éditorialisation d'un statut) ne peut être modélisée a priori dans un cadre de fonctionnement. Cependant, nous conservons le terme de tactique en ce que son auteur l'emploie dans un rapport d'impermanence :

> « J'appelle "stratégie" le calcul des rapports de forces qui devient possible à partir du moment où un sujet de vouloir et de pouvoir est isolable d'un "environnement". Elle postule un lieu susceptible d'être circonscrit comme un propre et donc de servir de base à une gestion de ses relations avec une extériorité distincte. La rationalité politique, économique ou scientifique s'est construite sur ce modèle stratégique.
>
> J'appelle au contraire "tactique" un calcul qui ne peut pas compter sur un propre, ni donc sur une frontière qui distingue l'autre comme une totalité visible. La tactique n'a pour lieu que celui de l'autre. Elle s'y insinue, fragmentairement, sans le saisir en son entier, sans pouvoir le tenir à distance. Elle ne dispose pas de base où capitaliser ses avantages, préparer ses expansions et assurer une indépendance par rapport aux circonstances »[1074]

L'autre étant ici l'opérateur du dispositif identitaire (et dans sa partie encore moins visible le bénéficiaire), et du fait que les conditions générales d'utilisation et l'offre de réglage de la confidentialité soient fluctuant, il n'y a pas moyen pour l'usager de « saisir en son entier » le dispositif d'instanciation de son éditorialisation ni de s'assurer une indépendance (ou préservation du contexte d'énonciation) des contenus personnels. C'est donc la friction avec l'instabilité du dispositif et de la situation d'énonciation médiatisée qui incite l'usager à faire montre de détournement langagier dans les processus d'identification et de socialisation en ligne.

[1074] DE CERTEAU M., *L'invention du quotidien, Tome I : Arts de faire*, Paris : Gallimard, (1990), 2002. Citation page 46 (XLVI de l'introduction).

Extrait n°15 : Allusion de Bérénice

Parce que le face-à-face n'est pas permanent, encore moins dans une vie « liquide », les réseaux socionumériques permettent de reproduire les interactions sociales in vitro. Potentialisant le jeu socio-sémiotique des faces, ils transfigurent les liens socio-affectifs des pairs par une transparence partiellement contrôlée : en délégant leur affectivité, ils prennent également en charge celle de leurs pairs, mutualisant ainsi la surveillance des tiers, mais surtout la bienveillance des proches.

Conclusion du Chapitre 6

L'appropriation d'un dispositif comme Facebook semble d'abord être une possibilité d'en d'échapper à d'autres : l'émancipation vécue à la fin de l'adolescence se caractérise par l'abandon du domicile parental (où naquit le projet identitaire) et par l'entrée dans le monde du travail (qui semble être le but dudit projet), le centre d'apprentissage assurant la passerelle entre les deux. Pourtant les premières expériences de l'autonomie se heurtent à des pratiques professionnelles dont la caractéristique est justement de nier ce projet en empêchant toute trace du sujet. Sans pouvoir affirmer autre chose qu'une coïncidence, à côté de cet inachèvement se trouve un dispositif dont la trace identitaire est l'activité principale : nous ne saurions dire dans quelles mesures *Facebook* répond à une attente, ni dans quelles mesures les usagers voient dans le site un palliatif à leur projet. Par contre, comme dispositif identitaire, il permet de maintenir une expérimentation, notamment celle du rôle d'adulte, et comme dispositif accessible en de multiples situations, il offre une « zone franche » (GOFFMAN), y compris au sein du monde des adultes (l'entreprise, et dans une certaine mesure le centre d'apprentissage). Ainsi, les productions éditoriales multiplient les actes flatteurs de la face, du locuteur comme de l'allocutaire.

Cette politesse, et plus largement le travail de figuration, sont facilités par le caractère asynchrone de la communication médiatisée par ordinateur : qu'il s'agisse de flirter ou de se construire une expertise, la latence des échanges permet au locuteur de préparer ses éléments de langage. Dès lors, une attente très forte est investie dans les productions, alors que les actes en signalent au contraire l'ineptie : les répondants de l'enquête manifestent l'intention d'une rétroaction dans des messages spécifiques, mais sont peu enclins à réagir aux messages de leurs pairs, produisant dans ces réseaux une socialisation égocentrée. Néanmoins, le caractère multi-situé de la socialisation, et multimodal du dispositif, accessible en n'importe quel espace-temps, permet d'articuler dans le complexe de contextes les processus d'identification et de socialisation, produisant un continuum entre des interactions en face-à-face et d'autres médiatisées.

Pourtant, l'expérimentation et les productions éditoriales peuvent conduire à une confusion dans le projet identitaire : le risque serait de croire pour le sujet à l'identité narrative qu'il se construit, le bénéfice serait au contraire de percevoir les limites d'un cadre plus vaste. **Ainsi, le dispositif, en offrant un apprentissage du cadre social, peut contribuer à l'autoréalisation du projet identitaire**. Or le cadre social est originalement celui des pairs, où les pratiques combinent à la fois des attentes de réaffiliation sans la normativité institutionnelle (parents, école, entreprise) et ce que Norbert ELIAS, repris par Dominique CARDON, appelle le « contrôle du décontrôle », cette double

contrainte d'être « cool » sans être marginal. La gestion d'un tel comportement, multi-situé, est actualisée dans le dispositif identitaire, par l'entremise des fonctions du sas et du moniteur, par les fonctions éditoriales : le titulaire délègue des contenus anecdotiques à des récipiendaires à charge de les valider, et d'attendre une délégation similaire en retour. C'est pourquoi nous souhaitons revenir sur ce que nous avions établi dans un chapitre rédigé avec Fabienne MARTIN-JUCHAT (MARTIN-JUCHAT & PIERRE, 2011), intitulé « Facebook et les sites de socialisation : une surveillance librement consentie », et dans lequel nous évoquions un contrat de surveillance mutuelle (page 122). Nous modifions et requalifions ainsi les syntagmes :

- Contrat implicite → « avenant situé » : le premier terme induit une contractualisation des rapports sociaux, et s'inscrit donc dans une veine instrumentaliste et formaliste. De surcroit non verbalisé au départ de la relation, le grooming ou épouillage est actualisé quand la situation se présente. Ces avenants ponctuels se sédimentent dans l'histoire relationnelle des deux interactants ;
- Surveillance → « veille » : le préfixe 'sur-' disparait au motif que la relation intersubjective est paritaire. S'il y a bien un prédicat dans l'acte de surveiller, entre celui qui agit et celui qui observe, la réciprocité de la pratique d'une part, mais surtout le fait que nous ne voulons pas surdéterminer par un préfixe la bienveillance ou la malveillance de la pratique nous invite à nous borner au terme de « veille ».
- « Mutuelle » : nous conservons ce terme, qui a le double avantage de signifier à la fois la réciprocité, et par son étymologie, de marquer son rapport au changement (du latin *muto* : changement, mutation). Ce sont bien les changements dans le projet identitaire qui font l'objet d'une attention particulière, aussi bien chez le titulaire que parmi ses récipiendaires et amis.

Afin de se prémunir des risques sociaux (afférents à l'instabilité du projet identitaire) et économiques (afférents au modèle du salon), l'accord situé de veille mutuelle requiert de revenir des modalités de régulation (langagière, légale, logicielle) : ainsi le potentiel qu'il développe à destination de « l'espace anecdotique » (chapitre 7) **invite à construire « le cadre privatif »** (chapitre 8) **des processus d'identification et socialisation**, notamment (mais non exclusivement) quand ils sont médiatisée et en contexte numérique.

Conclusion de la deuxième partie

Comme toute contrainte, il semble difficile de satisfaire seul l'impératif d'autonomie que connait notre société : parce que d'une part identité et société sont en mutation permanente, liquide (BAUMAN), métastable (SIMONDON) et d'autre part en raison de la co-construction du projet identitaire, de son intersubjectivation (RICŒUR, DENOUËL), avec tous les partenaires du complexe de contextes dans lequel évolue le sujet. Parmi ceux-ci, le dispositif identitaire joue le rôle de « support » (MARTUCCELLI), mais également celui d'espace de contraintes (I[ère] partie). La question de savoir ce que les dispositifs font à l'identité conduit à celle de savoir quel dispositif mettre en place pour répondre à cette question.

Parce que les données personnelles sont saisies et capturées dans de multiples appareils, parce que l'identité se construit dans de nombreux cercles sociaux, parce que la vie privée n'est plus cantonnée au seul site familial, nous proposons de construire une méthode d'enquête multi-située (MARCUS, PASTINELLI) ; parce que les données personnelles sont encodées, que l'identité est une notion-écran à dépasser, et que la vie privée est par nature cloisonnée, nous proposons également de construire une méthode d'immersion dans ces multiples sites (en référence à la méthodologie proposée par ANDRIEU) ; et enfin parce que le chercheur ne peut extraire des données de recherche sans se débarrasser de son identité (UHL), ni sortir des contextes dans lesquels il évolue, nous proposons d'assumer notre singularité dans la méthode. Pour ce faire, nous avons profité de notre proximité avec une population de jeunes adultes en apprentissage en qui nous avons identifié une figure du sujet contemporain : soumis à une somme de contraintes (famille, école, entreprise, marché, cercles sociaux, etc.), encore actif dans le projet identitaire et usant de ***Facebook***, un dispositif identitaire déjà abordé dans la I[ère] partie.

Cet usage, selon nous, est à relier à l'inachèvement du projet dans des espaces traditionnels. Si les attentes et les pratiques semblent diverger au simple niveau des productions éditoriales, les dispositifs identitaires reconduisent l'expérimentation d'un soi en recherche d'émancipation dont les tâtonnements permettent de circonscrire le cadre social de la vie adulte. Ce faisant, le dispositif identitaire potentialise la production de lien social en combinant – sans distinction – les interactions en face-à-face et celles médiatisées par ordinateur, multipliant dès lors les espaces de production et réception de contenus anecdotiques. Resurgit alors la difficulté de satisfaire seul la régulation de ces espaces : parce que d'une part ces espaces relève du modèle de flot, en diffusion continue, et du modèle du salon d'autre part, en attribuant aux pairs le statut de récipiendaire. L'usage des dispositifs identitaires en mode endogène conduit à la mutation d'une pratique de

veille mutuelle, sous forme d'avenants situés et liés à la délégation de données personnelles. Cependant, le modèle du salon intègre des tiers qui pourraient tirer un bénéfice en décontextualisant ces productions. Dès lors, le syndrome transcontextuel que cherchent à modérer ces avenants rappelle le besoin de construire un cadre privatif à l'encontre des logiques socio-économiques du modèle du salon (III^{ème} partie).

NOTE AU LECTEUR

La troisième et dernière partie du mémoire se trouve dans le volume II, suivie de la bibliographie, des annexes et des corpus.

THÈSE

Pour obtenir le grade de
DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE GRENOBLE

Spécialité : Sciences de l'information et de la communication
Arrêté ministériel : 7 août 2006

Présentée par
Julien PIERRE

Thèse dirigée par Fabienne MARTIN-JUCHAT
préparée au sein du **Laboratoire GRESEC**
dans l'École Doctorale **LLSH**

Le cadre privatif : des données aux contextes

Approche interdimensionnelle
des enjeux de médiation de la vie privée

Volume II : III^{ème} partie, bibliographie, annexes et corpus

Thèse soutenue publiquement le 19 avril 2013,
devant le jury composé de :
Mme Fabienne MARTIN-JUCHAT
Professeure de sciences de l'information et de la communication, membre du laboratoire GRESEC, Université de Grenoble
Monsieur Bernard MIÈGE
Professeur émérite de sciences de l'information et de la communication, membre du laboratoire GRESEC, Université de Grenoble (examinateur et président de jury)
Monsieur Dominique BOULLIER
Professeur de sociologie à l'Institut d'études politiques de Paris (rapporteur)
Monsieur Fabrice ROCHELANDET
Professeur de Sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle, membre du laboratoire IRCAV (rapporteur)

Université Joseph Fourier / Université Pierre Mendès France /
Université Stendhal / Université de Savoie / Grenoble INP

SOMMAIRE DU DEUXIÈME VOLUME

IIIème partie, Les médiations du cadre privatif 452

Chapitre 7 L'espace anecdotique ou les coulisses de l'espace public 454

1. Les deux modèles historiques 455
2. Des espaces en expansion vers l'espace anecdotique 465
3. Les registres d'action de la vie affective sous l'emprise du modèle rationnel 491

Chapitre 8 Les formes de régulation de la vie privée 521

1. Les tensions dialectiques des dispositifs identitaires 522
2. La vie privée comme configuration 530
3. Le cadre privatif 564

Table des matières 628

Bibliographie 638

Annexes 658

Corpus 843

IIIème PARTIE, **LES MÉDIATIONS DU CADRE PRIVATIF**

« À plus long terme,
nous assisterons à l'émergence
d'une nouvelle norme de vie privée,
quand la guerre informationnelle aura accouché
d'une nouvelle frontière stabilisée »

RALLET & ROCHELANDET, 2011

Aller derrière l'écran de l'identité, c'est y trouver des données, des processus de traitement, et des discours d'accompagnement des effets et des finalités de ces traitements. Les pratiques microsociales de la partie précédente ne doivent pas faire oublier qu'elles sont instanciées dans des dispositifs mus par les logiques informatiques et socio-économiques de la première partie. Ainsi, la veille mutuelle doit aussi être appréciée à l'intérieur du modèle du salon : la pragmatique sociolinguistique du premier doit être relativisée par le pragmatisme socio-économique du second. Ainsi s'exprime le désenchantement que Franck REBILLARD propose d'opérer :

> « L'idée initiale de partage a connu un certain glissement sémantique. Il ne s'agit plus de partager des conversations ou des contenus avec des "amis" de façon désintéressée. Il s'agit désormais pour l'utilisateur de partager ses propres données avec la plateforme et des sites tiers qui lui sont connectés, à l'intérêt économique prononcé.

> Les discours d'accompagnement de l'Internet semblent ainsi tendre vers une vision beaucoup plus pragmatique, une vision en quelque sorte moins enchantée des plateformes de réseaux socionumériques, où l'efficacité et le caractère novateur du service auraient pris le pas sur le partage qu'il permet. En revisitant ainsi l'idée de partage au profit d'une amélioration de l'expérience utilisateur, *Facebook* peut aussi éviter, pour un temps, d'aborder les questions fâcheuses concernant l'exploitation des données personnelles et traces numériques des internautes, questions qui sont pourtant les plus essentielles », REBILLARD, 2011 : 30

Ainsi, l'offre de service apporterait à l'utilisateur des expériences, dont celles liées à la mutualisation du projet identitaire. Réifiées en données personnelles, ces expériences seraient autant d'opportunités pour les bénéficiaires de tels dispositifs ; en termes d'externalités, la contrepartie serait l'exploitation d'éléments appartenant à la vie privée. Dès lors que l'on se situe dans cet espace, nous considérons qu'une autre expérience peut naitre de cette intersubjectivation, médiatisée ou non. **Notre hypothèse est que la production éditoriale de contenus anecdotiques servirait de prémisses dans la formation des opinions, et qu'entre la vie privée et l'espace public s'intercalerait un espace – « anecdotique » – dans lequel l'énonciateur expérimenterait, sur la base de ses expériences affectives et auprès d'audiences sélectionnées, des stratégies argumentatives susceptibles d'être proposées ex post dans les autres espaces délibératifs.** Toutefois, articulés dans des dispositifs techno-sémio-pragmatiques, les registres d'action communicationnelle propres à l'espace anecdotique (relevant de la communication affective) se retrouveraient sous l'emprise des registres d'action spécifiques à ces dispositifs, rationnelle dans le rapport au modèle informationnel, marchand dans le rapport au modèle économique. C'est en regard de cette emprise qu'il faudrait considérer la régulation de la vie privée (chapitre 8).

Chapitre 7

L'ESPACE ANECDOTIQUE OU LES COULISSES DE L'ESPACE PUBLIC

Les journaux parlent de tout
sauf du journalier.
Ce qui se passe vraiment,
ce que nous vivons,
tout le reste, où est-il ?

Georges PÉREC[1075]

Après avoir présenté les cadres socio-historiques de l'institution nominale (I^ère^ partie) et de l'injonction à l'émancipation (II^ème^ partie), nous proposons dans un dernier temps de présenter un troisième cadre centré également sur la place de l'individu dans le corps social. Chez J.-M. SALAÜN[1076], les pratiques biographiques conduisant à la documentarisation de l'humain s'appliquent d'abord aux personnes célèbres (rois, reines et princes, criminels, puis auteur romantique du XIX^ème^ siècle et *star system* du XX^ème^). Nous avons montré dans la première partie que ces pratiques étaient plus largement appliquées aux administrés qu'aux élites ; néanmoins, le romantisme auquel fait référence l'auteur renvoie à l'affirmation de la singularité développée dans la seconde partie : au niveau du document, le premier PÉDAUQUE comme J.-M. SALAÜN font référence au journal intime. Néanmoins, la considération de la célébrité nous amène à considérer l'individu comme une personnalité publique, tandis que celle de son intimité le cantonne à la sphère privative. Le troisième cadre que nous construisons entend articuler les deux sphères publique et privative sur la base conceptuelle du processus de « publicité » qui les relie (section 1). Or, nous supposons qu'à l'intersection des deux réside un espace susceptible de faire l'interface entre ce qui se déroule en privé et ce qui se dit en public (section 2). Cette interface étant partiellement logicielle, et supportée par des acteurs économiques, il nous faudra alors voir en quoi l'infrastructure médiatique de cet espace anecdotique peut modifier le transfert d'une sphère à une autre (section 3).

[1075] PÉREC G., *Anthropologie endotique*, 1975, p.251-255, (cité par ODIN, 2011 :104)
[1076] SALAÜN J.-M., *Vu Lu Su. Les architectes de l'information face à l'oligopole du web*, Paris : La Découverte, 2012, p.89

1. Les deux modèles historiques

Nous proposons dans un premier temps de tracer une délimitation simple entre des modèles historiques, non pour marquer une rupture dans un temps long, ce qui serait inepte, mais pour nous permettre de faire ressortir de ce découpage des éléments notionnels que nous superposerons dans la suite de notre développement : la singularité, la communauté, la publicité. Nous distinguerons donc un moment antique (grec puis romain) et un moment moderne (habermassien puis fragmenté).

1.1, Le modèle de l'idion et du koinon

Comme le signale J.-M. FERRY[1077], ce qui suit n'a de valeur que dans une perspective heuristique : comme dans le cadre de l'injonction à l'émancipation, les notions abordées n'ont d'intérêt que dans la reconstruction qu'ont opérée des penseurs contemporains (notamment Hannah ARENDT) dans leur archéologie de la chose politique chez les Anciens.

A, Le modèle grec de l'oïkos

Au temps des Grecs, la vie se déroulait dans deux espaces : l'*oïkos* et la *politeia*, la maison et la ville[1078]. Dans l'*oïkos* réside le maître, sa famille, ses esclaves. Ici se déroulent à la fois la vie domestique et la production artisanale des biens suffisant à la survie de ses habitants. Cette propriété, à la fois titre de possession des moyens de production et capacité à produire, identifie le maître de l'*oïkos* : la propriété d'un bien matériel est également la propriété attribuée à une identité, c'est la clé du sas en même temps que la contrepartie des premiers dispositifs d'identification des esclaves (*doulos*)[1079].

[1077] « Bien entendu, le modèle que je décris là résulte d'une reconstruction contemporaine, fortement interprétée, de la doctrine d'Aristote. Il s'agit d'un modèle heuristique dont la pertinence est douteuse sur le plan sociologique (par rapport à la réalité de la démocratie athénienne) et même philologique (par rapport à la conception exacte d'Aristote). En fait, ce n'est pas la réalité grecque qui nous intéresse directement ici, ni même la doctrine aristotélicienne de la Politique, mais plutôt la façon dont des contemporains ont pu en construire un modèle dans la perspective d'une critique de la modernité. », FERRY J.-M., « Les transformations de la Publicité politique », *Hermès*, n°4, 1989, p. 15-26

[1078] Avant cela même, il n'y avait que des *oïkoï :* les premiers villages se sont construits par synœcisme, agrégation d'*oïkoï*.

[1079] Voir chapitre 1, section 2.1A

> « Lorsque l'individu devient un bon économe, sa propriété remplit alors parfaitement son office, qui est de lui permettre de jouir de sa vie propre à l'abri de l'existence publique ou dans l'enclos privé de sa vie »[1080]

Cet enclos lui accorde une liberté de corps (sur le sien et sur celui de ceux qui se trouvent) à l'intérieur de la maisonnée, et nul à l'extérieur n'a le droit de s'immiscer, de même que ceux qui sont à l'intérieur sont privés du droit de dire ce qu'il s'y déroule. De là découle les pratiques du secret, et de la jouissance de ce secret : secret de la maisonnée, de la vie privée (avec tous les tabous et les secrets de famille), mais également secret de fabrication, secret professionnel[1081]. C'est selon Hannah ARENDT une condition de félicité pour l'homme libre (***eleuthera***). Seul détenteur de ce droit – une loi qui lui est propre, le privilège de la vie privée – le maître de la maisonnée a prouvé qu'il était capable de satisfaire tous les besoins attachés à la matière et au corps, dès lors rétrogradés par rapport aux plaisirs de l'esprit que lui offrira l'extérieur.

Libéré de ces contingences, titulaire de ce privilège, il est dès lors habilité à participer à la gestion de la cité en participant aux débats de l'***agora***, espace de délibération politique, au sein duquel – identifié, autorisé – il dispose d'une liberté de parole : c'est le ***zoon politikon*** d'ARISTOTE. En conséquence, la maison peut être ressentie comme le lieu de privation du plaisir d'être dans l'espace public[1082]. Exister (ex-ister), c'est être hors de soi. L'existence ne se ressent pleinement que dans l'espace public, que dans l'agir politique ; dans le cadre plus général de l'agir, c'est ce que Hannah ARENDT appelle la ***vita activa***. Or cet agir politique n'est possible que s'il y a identification individuelle ; et dès lors qu'il y a identification, il est possible de construire un échange symbolique avec l'autre et de tenir avec lui un débat contradictoire.

Ainsi se construit une dialectique de la jouissance dans des espaces distincts : jouissance du corps dans le domicile qu'on ne peut rendre publique, jouissance d'esprit dans le politique qu'on ne peut

---

1080 « La richesse et ses deux types », ***Revue du MAUSS***, vol.1, n°23, 2003, p.276-287, <www.cairn.info/revue-du-mauss-2003-1-page-276.htm>

1081 L'anthropologue anglaise Stefana BROADBENT insiste sur le fait qu'il y a encore un siècle et demi, les domiciles et lieux de travail étaient confondus, et que depuis la vie privée au sens moderne est née de cette séparation., BROADBENT S, ***L'intimité au travail. La vie privée et les communications intimes en entreprise***, Paris : FYP, 2011. Dans cet ouvrage, reprenant plus de 15 ans de recherches ethnographiques, l'auteur s'attache à montrer comment les conversations privées se sont maintenues, grâce aux TIC, au sein d'une sphère où l'intime n'avait aucun droit. Non seulement cette permanence montre l'impossibilité de séparer les deux sphères, privées et professionnelles, mais, reprenant en cela sa formation de cogniticienne, S. BROADBENT explique aussi que les communications personnelles permettent de moduler l'attention requise pour les tâches professionnelles : elle montre ainsi comment les privations de l'intime conduisent à des accidents du travail.

1082 ARENDT H., ***Condition de l'homme moderne***, Paris : Pocket, (1958), 2001

connaitre dans la vie privée. Ainsi se construit une interdépendance entre des espaces distincts : refuge dans la vie privée où se forge l'essence de la singularité (***idion***) et existence dans la vie publique où se forge la communauté (***koinon***). Bien plus tard, Serge TISSERON, revenant sur l'articulation de l'intime et de l'extime, affirmera que « pour que les gens aient envie de se montrer, il faut qu'ils puissent se cacher aussi souvent qu'ils le souhaitent », (TISSERON, 2011 : 88).

B, Le modèle républicain des Romains

Ce modèle sociopolitique se reproduira à l'époque des Romains, l'***agora*** devenant ***forum***. De la Monarchie à l'Empire, en passant par la République, l'identification est placée au cœur du droit romain (héritage patronymique et patrimonial : on reçoit le nom et le ***domus***)[1083]. À deux nuances toutefois, la première dans l'onomastique des noms romains : au prénom (un ***praenomen*** souvent patronymique, celui du ***pater familias***) et au nom (un ***nomen*** souvent clanique, le gentilice du ***gens***, groupe familial élargi) se rajoute un ***cognomen*** (un surnom toujours discriminant : marque physique, trait de caractère, exploit militaire). Seuls les patriciens bénéficient sous l'Empire d'un ***cognomen***, puis par exclusivité de transmission à l'aîné, l'usage du surnom se répand, jusqu'aux couches sociales de la plèbe et aux esclaves affranchis.

La deuxième nuance est résumée sous la bannière de la République, le SPQR : ***Senatus Populus Que Romana***, « le Sénat et le Peuple romains » ; le régime met en relation les Sénateurs (identifiés car descendants de Romulus) et la plèbe (dont les individus sont socialement indistincts)[1084]. De là vient que le droit (privé et public) supporte deux types d'identification : un premier type requis pour les patriciens et leurs représentants ou agents. Et un second type destiné aux plébéiens, dont l'anonymat n'est levé qu'afin d'identifier ceux qui sont en droit de voter, ou en devoir de s'enrôler, mais pour qui le reste du temps les signes discriminants sont interdits[1085]. Bien plus tard, les lois sur

1083 ARIÈS & DUBY, 1985, *op. cit.*

1084 Loin s'en faut que la filiation soit gage de pouvoir politique, l'Empire romain est d'abord « l'empire du bakchich » : dans un rapport d'interdépendance entre les riches fonctionnaires et les pauvres contribuables, les premiers procèdent par évergétisme en payant les services et monuments publics, tandis que les autres font du clientélisme en choisissant sous l'autorité de qui ils vont se placer. Ainsi s'institue une intrication pragmatique entre le privé et le public, VEYNE P., « Où la vie publique était privée », in ARIÈS & DUBY, ***tome 1***, 1985, p.95-114

1085 On se tournera ici vers la violence symbolique de WEBER, et donc logiquement vers la distinction comme hiérarchisation de l'espace social selon BOURDIEU ; mais également le cadre de l'institution nominale.

le foulard islamique ou le ***hijab*** s'inscriront dans cette vision républicaine, à l'inverse de l'interdiction de dissimuler son visage, dans des manifestations publiques par exemple[1086].

En l'occurrence, le modèle républicain est d'abord un modèle juridique conduisant à l'établissement de droits individuels, à partir desquels il est possible de concevoir un droit pour la vie privée.

> « D'un point de vue historique, on peut considérer que la promotion de la notion de vie privée accompagne la formation d'une société de type individualiste. En effet, la théorisation de l'émergence d'une société reposant sur des droits individuels accompagne la formalisation effective de tels droits individuels (...). L'individuation se produit face aux droits d'une "communauté", quel que soit d'ailleurs le sens exact attaché à cette notion (...). Le droit à la vie privée s'inscrira dans la continuité d'une telle revendication de droits individuels (conçus ou non comme naturels). Pour parler d'un droit à la vie privée, il faut déjà que l'on se situe dans une société où la notion de droits individuels s'est affirmée »[1087]

Ainsi se construit une dialectique du contrat pour des espaces différents : contrat des droits attachées à une singularité, réduite ici à un sujet individuel, et opposés aux droits de la communauté ; contrat de délimitation de la vie privée face l'espace public, réduit ici à une ***res publica***. Dialectique également du commun et du public.

1086 Article L-141-5-1 sur les signes ostentatoires à l'école publique, créée par la Loi n°2004-228 du 15 mars 2004 ; Loi n°2010-1192 du 11 octobre 2010 interdisant la dissimulation du visage dans l'espace public

1087 DEMEULENAERE P., « Les difficultés de la caractérisation de la notion de vie privée d'un point de vue sociologique », in TABATONI P. (dir.), ***La protection de la vie privée dans la société d'information***, Paris : Presses universitaires de France, 2000, chapitre 11, p.194-200. Citation p.194. Communication réalisée au sein du groupe de travail « Société d'information et protection de la vie privée », dirigé par Pierre TABATONI, au sein de l'Académie des Sciences Morales et Politiques. <www.asmp.fr/travaux/gpw_internetvieprivee.htm>

1.2, Le régime du commun et du public

A, La publicité des opinions

Dans un ouvrage aujourd'hui de référence, aussi bien en sciences politiques, en philosophie, en SIC qu'en géographie ou en histoire, HABERMAS a créé la notion d'« espace public »[1088].

D'abord, il faut resituer le terme dans sa langue originale, et dans sa filiation historique : KANT est le concepteur de l'« *Offentlichkeit* », dont la traduction la plus proche en français est « publicité ». Les anglophones ont traduit par "*public sphere*", et les francophones de traduire en « espace public », spatialisant l'actualisation du concept, le chevillant à des territoires ou des médias dans de nombreuses productions scientifiques. Quant à elle, l'étymologie du mot « public » partage avec pubère la même racine ***pu*** : celui qui devient adulte. Dans la Rome antique, la puberté désignait l'âge où un individu avait la capacité de se tenir debout, un glaive à la main, afin de défendre ses opinions[1089]. Ainsi des apprentis, jeunes adultes, quittant la puberté pour le régime de la publicité.

> « Chez les Modernes, la formation d'un espace public politique obéissait d'abord au motif moral de l'*émancipation*. Entendons que la société civile se comprend elle-même comme sortant de l'état de mineur pour accéder à la majorité, au sens de l'état adulte (*Mündigkeit*) », (J.-M. FERRY, 1989 : 18, *op. cit.*)

Le terme « Publicité » étant connoté en français du fait de la réclame commerciale, il y a déjà quelques confusions. De plus, quand le concept d'espace public est mobilisé par les urbanistes ou les géographes, il passe au pluriel, et désigne les endroits physiques d'une ville où circulent les individus, et s'éloigne de l'acception originelle du terme[1090]. C'est pourquoi on voit souvent accoler au terme de départ l'adjectif politique. L'espace public politique est ainsi, pour reprendre la définition synthétique d'HABERMAS, « le processus au cours duquel le public constitué d'individus faisant usage de leur raison s'approprie la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'État ».

1088 HABERMAS J., *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris : Payot, (1962), 1988

1089 PICOCHE, « public : population mâle en âge de porter les armes et de délibérer » : 427

1090 TOMAS F., « L'espace public, un concept moribond ou en expansion ? », *Géocarrefour*, vol. 76, n°1, 2001, p.75-84

Ensuite il faut resituer « l'archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise » : les travaux d'HABERMAS s'attèlent à décortiquer les mécanismes et investiguer les espaces qui ont vu naitre suffisamment d'arguments pour mettre à mal les régimes politiques de la fin du XVIII[ème] siècle. Ce faisant, et pour le dire rapidement, ils ont ouvert la gouvernance des nations, des sciences et des entreprises à la classe bourgeoise : l'espace public étant au service d'une stratégie politique de remplacement des élites, conduisant à la vision pessimiste de l'auteur sur le rôle des médias dans leur instrumentalisation de la communication politique et dans le travestissement du projet original. Ainsi, entre l'époque romaine et l'ère industrielle, le modèle sociopolitique n'a que peu évolué : l'espace public bourgeois sépare toujours autant d'un côté l'*idion* de l'*oïkos*, la vie privée qui s'y déroule et l'économie qui en découle ; et de l'autre le *koinon* de la *polis* et la politique qui s'y décide. Le rapport de l'identité avec l'espace public est donc tout autant déterminant dans un contexte historique (antique) comme dans l'autre (moderne).

Enfin, les acceptions de la notion couvrent un large champ dans l'action sociale. En raison des filiations qu'il propose, et qui renvoient à des auteurs ou des courants présentés dans cette thèse, et en raison également des prolongements qu'il en tirera, nous proposons d'emprunter à Pierre CHAMBAT les trois distinctions majeures de l'espace public :

> - « en un sens faible elle désigne "un milieu de simple observabilité réciproque". C'est le sens de l'École de Chicago, de Richard Sennett analysant la ville comme lieu de rencontre entre étrangers à la suite des travaux de Simmel. L'espace public est le lieu où "des signes et des indices sont mis à disposition de ses occupants pour déchiffrer leurs états internes et faire leurs attributions réciproques" ;
>
> - en un second sens l'espace public désigne aussi "la constitution d'une intersubjectivité pratique, [de] la reconnaissance réciproque comme sujets, [de] la liaison des personnes et [de] l'enchainement de leurs actions dans la coopération sociale. Il y alors communication et socialisation"[1091]. Ici la question de l'action met en avant la notion d'intention, d'expression publique qui remet en cause le schéma dualiste d'une manifestation extérieure d'une pensée ;

[1091] Pour ces deux premières acceptions ; P. CHAMBAT cite ici QUÉRÉ L., « Agir dans l'espace public », in PHARO P., QUÉRÉ L. (dir.), *Les formes de l'action*, Paris : EHESS, 1990, p.101. Dans la même note, l'auteur invite à consulter JOSEPH I., « L'espace public comme lieu de l'action », *Les annales de la recherche urbaine*, n°57-58, décembre 199-janvier 1993, p.211-217

> - en un troisième sens, politique, l'espace public désigne l'ensemble des scènes, plus ou moins institutionnalisées, où sont exposées, justifiées et décidées un ensemble d'actions concertées et orientées politiquement. Tournée vers la participation et la délibération collective, l'action en commun y est régie par les modalités de l'agencement entre espace social et espace public et donc les par les formes de la communication politique »[1092]

Ainsi, la première acception renvoie aux « prescripteurs d'engagement » (la réputation, I[ère] partie), tandis que la seconde renvoie à l'intersubjectivation (II[ème] partie). La dernière acception s'inscrit quant à elle dans une approche fonctionnelle d'un espace instrumentalisé par la communication politique (l'auteur fait ici référence à Dominique WOLTON)[1093]. Dans la suite de notre raisonnement, nous ne considérerons pas l'espace public dans cette dernière acception : de même que l'institutionnalisation des scènes où se construit un sens commun nous intéresse moins que l'agencement entre des espaces, l'agencement qui nous intéresse ici est d'abord focalisé sur la singularité individuelle et sur les processus participatifs et délibératifs dans un cadre privé, de surcroit médié par la technique.

Comme il n'est pas non plus question ici de critiquer la lecture socio-historique faite par HABERMAS[1094], ni de trancher sur sa nature bourgeoise ou ses mutations récentes, puisque seul nous intéressent les questions d'identification et de régulation de la vie privée, nous retiendrons exclusivement l'idée qu'un espace public politique s'instancie dans des dispositifs (des lieux, parfois virtuel – sans ancrage géographique, comme des sites web ; et parfois des lieux réels comme les cafés de Gabriel TARDE)[1095] où des individus réunis discutent et échangent sur la politique de leur État, et par extension de toute forme d'autorité imposée à un collectif (en entreprise par exemple). Ces échanges ont la particularité de voir se succéder des arguments rationalisés, dont la confrontation dialectique et la sédimentation chez les auditeurs et les participants peuvent conduire à forger une opinion personnelle autant qu'un consensus sur les intérêts de la communauté. À ce titre, nous pourrions dire que l'espace public essaye d'apporter du sens (à

1092 CHAMBAT P., « Espace public, espace privé : le rôle de la médiation technique », in PAILLIART I. (dir.), *L'espace public et l'emprise de la communication*, Grenoble : ELLUG, 1995, p. 65-98

1093 WOLTON D., « Communication politique : construction d'un modèle », Hermès n°4, *Le nouvel espace public*, 1989, p. 27-42

1094 Pour cela, voir MIÈGE B., *L'espace public contemporain. Approche info-communicationnelle*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2010 ; ou PAQUOT T., *L'espace public*, Paris : La Découverte, coll. « Repères », 2009

1095 « Les cafés, les salons, les boutiques, les lieux quelconques où l'on cause, sont les vraies fabriques du pouvoir », (TARDE, 1901 : 72)

l'espace) commun. C'est aussi le cadre permettant le transfert des opinions raisonnées. Et c'est bien l'acception goffmanienne qu'il faut retenir dans cette référence au « cadre »[1096], comme cadre expérientiel et participatif de l'échange argumentatif, ce qu'HABERMAS appelle « formation discursive de l'opinion » ou processus délibératif[1097].

En dehors de cet espace dialogique, les individus peuvent aussi échanger au sein du marché (cette fois c'est un transfert de biens qui se réalise, et non d'opinions argumentées), se retrouver à l'école ou l'université (transfert de savoirs), ou dans d'autres cercles sociaux (transferts de civilités, les conversations de TARDE) : ces espaces sociaux seront nommés « espace commun ».

B, La question de l'authenticité entre communauté et publicité dans les dispositifs identitaires contemporains

Il y aurait ainsi une opposition marquée entre ces espaces, commun et public, produisant pour l'un de la communauté, pour l'autre de la publicité. Ainsi le résume Etienne TASSIN :

> « L'espace est public quand il n'est plus commun, quand il ne se donne plus dans une communauté tendanciellement proximale. Aussi nous faut-il le comprendre non comme celui de l'apprivoisement ou du dé-loignement qui tient uni ce que la distance sépare, mais au contraire comme ce qu'il déploie entre... Si la pensée de la communauté peut se rattacher au thème de l'authenticité dans la mesure où elle met en

[1096] Les séminaires GPB (de l'initiale du prénom des trois fondateurs Gaëtan TREMBLAY, Pierre MŒGLIN, Bernard MIÈGE) se déroulent tous les ans, en vidéoconférence, et permettent aux étudiants de M2 (et aux doctorants) d'assister à la science « en train de se faire », selon la formule convenue : sur des thématiques données, les chercheurs présentent et discutent de l'avancée de leurs réflexions et de leurs travaux. En 2011, le thème était l'espace public : lors d'une présentation de Bernard MIÈGE de son dernier ouvrage, ***L'espace public contemporain***, Geneviève VIDAL (à Paris) demanda dans quelle mesure le processus délibératif pouvait conduire à la prise de décision. Cette interrogation relevait, aux yeux de B. MIÈGE, d'une visée opérationnelle de l'espace public : il lui sembla alors que la meilleure façon de concevoir l'espace public au sens habermassien était de le rapprocher de la notion de cadre goffmanien. Dans MIÈGE, 2010 : 134, l'auteur donne également cette citation : « L'assemblée n'est pas faite pour la décision mais pour la palabre, pour la parole libre s'exerçant sans but », SALGUEIRO-MARQUES A.-C., « L'intersection entre le processus communicatif et la délibération publique », ***Les enjeux de l'information et de la communication***, 2009. Citation page 112

[1097] Nous avons trouvé deux étymologies différentes pour délibératif, que Jacqueline PICOCHE propose de trancher : 1), de livre (subst. fém., grec ***litra***, étymon ****lidhra***, pré-indo-européen), synonyme de poids (la livre), donne équilibre (de poids égal), balance et délibérer (soupeser mentalement, selon CLÉDAT ou POKORNY) ; 2), de livrer (latin ***liber***), synonyme d'affranchi, donne affranchi, libéré, liberté. « Le latin classique ***deliberare*** "mettre en délibération", "résoudre" (…) est sans doute un dérivé métaphorique de ***liber*** (et non, comme le pensaient les Anciens, de ***libra*** "balance" → Livre, qui aurait donné ***delibrare*** ». Les deux acceptions toutefois se rejoindraient dans l'idée de se délivrer mentalement d'un poids, celui du doute.

> question pour chacun de ses membres le rapport de son identité propre à celle de la communauté dans laquelle il se reconnait, la pensée de l'espace public, en revanche, récuse à la fois la quête de l'authenticité et la condamnation de l'apparence inauthentique. Qu'être et apparaître soient réellement une même chose, signifie que la politique se déploie dans un ordre de visibilité publique qui, par principe, reste étranger à l'ordre des motivations intimes, des intentions personnelles, des convictions privées et des adhésions confessionnelles et culturelles par lesquelles se tissent, s'affirment et s'expriment les communautés de monde particulières »[1098]

En reprenant le cadre de l'institution et celui de l'injonction médiatisée, nous pourrions dire que l'authenticité d'une communauté comme convergence de singularités se fonde sur le noyau de mêmeté comme dénominateur commun (le noyau de mêmeté renvoie à la fonction du sas) tandis que l'espace public, s'il ne se fonde pas sur ce dénominateur (l'espace public n'est pas au service d'une communauté) ni sur les singularités (en quête d'authenticité : ce n'est pas son but), rejette pourtant « l'apparence inauthentique » : il faut que le signe porteur d'identité respecte le principe d'identité, ou prédicat d'entité, en certifiant que l'étant est le titulaire, qu'il « est » celui qui apparait sur le titre d'identité, et que ce dernier n'est pas qu'une vulgaire apparence inauthentique. Ainsi l'espace public individualise dans le ***koinon*** sans singulariser l'***idion*** (il « reste étranger à l'ordre des motivations intimes, etc… »). Au final, il serait possible d'être soi, ou d'exister à la fois dans l'espace commun, où là ce sont les strates intimes qui sont extériorisées par un processus affectif, et être soi dans l'espace public, où là c'est un processus rationnel qui permet de faire montre d'une opinion politique (tout en taisant son ancrage intime).

Or cette modélisation ontologique et sociopolitique renvoie aux politiques informationnelles situées en arrière-plan des dispositifs identitaires en ligne : dans le chapitre trois (section 3.3B), nous évoquions le modèle socio-économique prescrit par ***Google*** à travers sa politique d'inscription en nom réel (***real name policy***). Tout en réduisant l'espace commun à un seul espace marchand, ***Google*** s'arcboute entre les deux modèles :

- les transactions commerciales sont basées sur une charge affective présente dans les marqueurs d'approbation et les prescripteurs d'engagement – c'est l'économie de l'intention, « des motivations intimes, des intentions personnelles, des convictions

[1098] TASSIN E., « Espace commun ou espace public : l'antagonisme de la communauté et de la publicité », ***Hermès***, n°10, 1992, p.23-37. Citation pages 24-25, reprise dans MIÈGE, 2010

privées et des adhésions confessionnelles et culturelles par lesquelles se tissent, s'affirment et s'expriment les communautés de monde particulières » ;

- cette charge est autant l'attribut d'une « communauté de monde particulière » (***koinon***), ou niche identifiée par les statistiques du moniteur, qu'une donnée personnelle dont la dépendance fonctionnelle mène par les fonctions du sas à une singularité (***idion***) riche « des motivations intimes, des intentions personnelles, des convictions privées, etc. » ;
- le noyau de mêmeté du sas est convoqué pour l'authentification électronique avec rejet de l'apparence inauthentique (besoin d'une identité réelle à affichée en ***front-end***, et en ***back-end*** opérationnalisée dans la gestion des identifiants) : il s'agit en l'espèce d'une individualisation typique de l'espace public renvoyant à la naissance du sujet de droit dans le modèle romain ;
- ***Google*** récuse la quête de l'authenticité et renvoie à l'espace public le pseudonyme, composant pourtant un ***cognomen*** affectivement chargé empreint de l'ipséité de l'identité narrative que s'est construite le sujet : il s'agit en l'espèce d'une singularisation typique de l'espace commun.

Ainsi, en préférant l'authentification à l'authenticité, ***Google***, et ***Facebook***, ***Twitter*** ou ***Amazon*** fonctionnent de manière identique, signifie qu'être et apparaitre doivent être réellement une même chose dans l'économie (l'espace commun), et que celle-ci se déploie dans un ordre de visibilité civile (celle du registre) qui, par un principe tendanciellement proximal, tient de l'apprivoisement (***Google***/***Facebook***/***Amazon*** s'approprient les données personnelles publiées dans les espaces de production des titulaires) ou du déloignement (***Google***/***Facebook***/***Amazon*** placent des contenus publicitaires ciblés dans l'espace de réception des titulaires) « avec l'ordre des motivations personnelles, etc. ». Il faut en effet se garder de voir la communauté comme un espace d'affectivité pure, surtout une communauté sociale, ou « société »[1099] : tendanciellement proximale, celle-ci est

[1099] De même que l'espace public ne doit pas être réduit à une communauté, ou au service d'une communauté, la communauté ne doit pas être perçue dans le double fantasme communautariste et fusionnel. Eugène ZAMIATINE, dans son roman ***Nous autres***, fait dire à son personnage principal, D-503, grand architecte alors au service de l'Unité, avatar de la société communiste de l'époque : « Nous savons que le 'Nous' vient de Dieu, et le 'moi' vient du diable' ». Ce roman est le récit de la reconquête de sa subjectivité emmurée par la tyrannie de la communauté. Une histoire d'amour (de soi) qui sera également celle de Winston Smith, le protagoniste de ***1984***.
Il existe certes des communautés d'amants, de confession, voire de travail, dans lesquelles on peut voir une tendance à la communion (qui s'opposerait à la communication), mais il faut plutôt prendre la communauté dans sa tendance à la conversion (action d'aller dans le même sens, et donc de partager des significations, i.e. communiquer). C'est néanmoins le discours tenu par les agents de l'AngSoc, le parti unique d'Océania où règne Big Brother. Et c'est la mission de conversion que se fixe O'Brien face à la singularisation de Winston Smith.

quand même un tant soit peu mise à distance, dans les statistiques et les stratégies de l'*homo œconomicus*.

La résorption d'une distanciation est ainsi la marque de la communauté sociale. En effet, être ensemble, dans l'espace commun, c'est être identique mais c'est également la garantie d'être-là ; TASSIN reprend ici à son compte la terminologie d'HEIDEGGER. Parce que l'être-là (*Dasein*) est dans la communauté, c'est un être-avec (*Mitsein*) qui se trouve et qui coexiste dans l'espace public. Or, pour HEIDEGGER, cette coexistence (*Mitdasein*) est la marque de la distancialité, du nivellement, d'un éloignement de l'être-là, mais qui permet également par réflexivité – par rationalité, par raisonnement - de s'en approcher : le *Mitdasein* de l'espace public, c'est la tyrannie du « On » et de l'opinion publique, mais c'est également par instrumentalisation ce « On » qui me fait quelque chose. Il y a donc bien de l'authentique dans l'espace public, mais pas d'intimité, pas de proximité : ceci est réservé aux communautés[1100]. Dès lors, si l'espace public politique ne souffre pas l'intime, l'opinion privée, la vie affective, peut-on imaginer que cette privation explique la désaffection de l'espace public politique, redéfini comme un espace commun désaffecté ? Et d'envisager de réaffecter de l'intime pour alimenter l'espace public politique ? Si les dispositifs instancient des cadres comme celui de l'espace public, et, comme c'est le cas avec *Google*, instancient également celui de l'espace commun, est-il possible que l'affectivité mobilisée dans l'un imprègne l'autre ? Ou bien est-il possible que, l'économie étant « la science des intérêts passionnés »[1101], la communauté et la publicité se rejoignent dans l'espace de l'affectivité et dans leurs rapports à l'identité, identité et affectivité étant également liées ?

2. Des espaces en expansion vers l'espace anecdotique

L'essentiel de la critique de l'espace public, d'ailleurs pleinement assumé par son auteur, réside dans la conception d'un espace normatif qui peine, dans sa confrontation au principe de réalité, à expliciter l'instanciation du processus délibératif dans des dispositifs concrets[1102]. La seule

Mais ce sont là des productions de l'imaginaire. La communauté de référence ici est plutôt celle de Ferdinand TÖNNIES : non pas tant la *Gemeinschaft* que la *Gesellschaft*, qui individualise et contractualise (voir note n° 682)

1100 Nous rappelons également la dissociation théorisée par Giorgio AGAMBEN, qui oppose à la « vie nue » produite par les dispositifs d'assujettissement corporel (les camps) la vie qualifiée de sujets singuliers que l'on trouve, chez les philosophes, dans la cité. Voir note n°56.

1101 LATOUR B., *L'économie, science des intérêts passionnés : introduction à l'anthropologie économique de Gabriel Tarde*, Paris : La Découverte, 2008

1102 Des éléments que nous avions évoqués notes n°757 et n°758

instance qu'il évoque s'avère particulièrement pessimiste : la presse d'opinion a, selon l'auteur, contribué à la dégénérescence de l'espace public en élargissant son audience pour satisfaire aux exigences de son modèle socio-économique (modèle éditorial avec double marché) : ainsi, un modèle sociopolitique ayant l'universalité pour horizon échouerait face aux intérêts économiques des médias. Bernard MIÈGE évoque à ce sujet une « "contamination" de l'espace public par les normes et modalités de l'économie » (MIÈGE, 2010 : 55). Les nouveaux médias, et les nouveaux modèles socio-économiques qui suivront, parviendront-ils à respecter l'espace public ? Vont-ils le déstabiliser ou le consolider ?

Dans la préface que HABERMAS rédige à l'occasion d'une réédition de l'ouvrage (1990, 1993 pour la traduction française), l'auteur revient sur les critiques qui lui ont été faites, et auxquelles il avait partiellement répondu au préalable[1103]. Dans un tournant linguistique, HABERMAS mobilise sa théorie de l'agir communicationnel dans le champ de l'espace public, en distinguant une double rationalité à l'œuvre, la rationalité langagière de l'argumentation et la rationalité cognitive de l'interprétation, les deux fondant ce qu'il appelle dorénavant l'espace public politique, un nouveau modèle plus informel et moins procédural que celui de la sphère publique bourgeoise, et plus à même d'agir comme un cadre de médiation entre pouvoir public et société civile (ou espace commun), capable par la performativité des actes de langage réalisés dans l'intersubjectivité de conduire à la fois à une individuation et à la production d'un sens commun. Nous reviendrons sur la tension entre interaction et normation que cela induit.

2.1, La question de l'identité entre symbolique et pratique

Dans cet espace de médiation, HABERMAS distingue un trio d'acteurs : les acteurs du système politique (agents de l'appareil d'État), les acteurs du système fonctionnel (info-médiateurs dans l'espace de noms du modèle de courtage, opérateur dans le modèle du salon) et les acteurs de la société civile.

A, Le principe de légitimité dans l'espace public politique

Chacun tient un rôle spécifique dans ce cadre, ce qui rapproche le modèle habermassien de l'interactionnisme symbolique, sans toutefois embarquer la dramaturgie des acteurs, précise

[1103] HABERMAS J., *Théorie de l'agir communicationnel, tomes 1 et 2*, Paris : Fayard, 1987

HABERMAS[1104]. Comme la face dépend du cadre d'interaction et est co-déterminée par le titulaire et ses interlocuteurs, et comme le rôle est « l'actualisation de droits et de devoirs attachés à un statut donné »[1105], le rôle dans l'espace public est co-déterminé par les acteurs et notamment, dit HABERMAS, par les médias qui légitiment seuls ceux qui seront amenés à s'exprimer publiquement.

Après avoir signifié qu'il préférait parler d'« arène » pour désigner les dispositifs de mise en relation des locuteurs et des audiences, Nicolas DODIER explique qu'un tel espace public se caractérise par « des conditions d'accès régissant l'entrée des locuteurs et ce sur quoi ils vont s'exprimer»[1106]. Les médias seraient les opérateurs de ce dispositif identitaire, produisant *de facto* des titres symboliques d'identité pour les locuteurs[1107]. Ainsi en écho à l'espace public politique se forge des « identités publiques », celle requise dans l'échange symbolique préalable au débat contradictoire, ce que Louis QUÉRÉ nomme « une médiation symbolique de l'intersubjectivité »[1108].

L'identité publique nait également de la somme des discours tenus en public, et qui s'attache à l'individu comme la face goffmanienne (avec peut-être la même affection). À partir du concept d'« identité discursive »[1109], Z. BENRAHHAL rajoute un ancrage social (contextuel) afin de composer le concept d'une « identité socio-discursive »[1110]. « Dans cette perspective, explique-t-il dans un article co-écrit avec C. MATUSZAK, *l'espace public apparaît comme un espace de construction identitaire*. Le mécanisme de formation des identités publiques s'exerce de façon différenciée, soit en référence à la sphère d'action à laquelle les acteurs appartiennent, soit par un effort de création et de proposition identitaire » (*nous soulignons*). Ces processus reprennent ceux décrits par

---

1104 HABERMAS J., *Logique des sciences sociales et autres essais*, Paris : PUF, 1987, p. 423. Pour HABERMAS, GOFFMAN théorise un agir dramaturgique mobilisé à la fois dans l'instrumentalité et dans l'authenticité.

1105 GOFFMAN, 1959 : 24, voir note 22

1106 DODIER N., « L'espace public de la recherche médicale – Autour de l'affaire de la ciclosporine », *Réseaux/Hermés*, n°95, 1999

1107 Cette référence à N. DODIER provient de MIÈGE, 2010 : 176-177. L'auteur, s'il émet des réserves quant à l'aspect formaliste des conditions d'accès et à l'approche linguistique (avec couple locuteur/audience), s'accorde à retenir « tout autant la différenciation entre locuteurs (il est préférable de les désigner comme des participants) et audience, que l'idée de condition d'accès (en tout cas de conditions d'accès d'ordre politique ou socio-politique) »

1108 QUÉRÉ L., *Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne*, Paris : Aubier Montaigne, 1982. Citation page 32, reprise dans BENRAHHAL Z., MATUSZAK C., « Lire ou relire Habermas : lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien », *Études de communication*, vol. 1, n°32, 2009, p. 33-49, <www.cairn.info/revue-etudes-de-communication-2009-1-page-33.htm>

1109 DE BONVILLE J., MOREAU L., « Journalistes et magistrats : le concept d'identité discursive appliqué à la couverture de l'actualité judiciaire en 1950 et 2000 », in BRIN C.,CHARRON J., DE BONVILLE J., *Nature et transformation du journalisme : théorie et recherches empiriques*, Québec : Presses de l'Université de Laval, 2004, p.317-367

1110 BENRAHHAL SEGHINI Z., *La socio-discursivité comme matérialité de l'espace public. Étude de cas : la médiatisation de l'émergence et de l'institutionnalisation du mouvement Ni Putes Ni Soumises*, Thèse de Doctorat en Sciences de l'information et de la communication, décembre 2008, Université de Lille 3, 687 p.

HABERMAS (en plus du processus d'identification des info-médiateurs), ils recoupent également les processus d'identification en 1ère instance (« référence à la sphère d'action à laquelle les acteurs appartiennent ») ou en 2nde instance (« effort de création et de proposition identitaire »)[1111]. Or qu'en est-il de ceux qui ne sont pas légitimés, aspirés par la « spirale du silence »[1112] ?

B, Le principe de légitimité dans l'espace médiatique commun

Ainsi, entre la dégénérescence du modèle et le processus de légitimation, les deux sous l'emprise des médias, de son modèle socio-économique comme de son verrou technologique (FLICHY, 1995), Internet se voit convoqué dans le champ de l'espace public : les attentes sont grandes d'ailleurs en regard de la crise démocratique du moment[1113]. Le potentiel envisagé tient à la mutation qu'Internet opérerait dans le processus de légitimation.

> « L'arrivée d'une parole ordinaire, provenant de citoyens prompts à l'expression critique, provoque un bouleversement des légitimités de parole et légitime peu à peu un droit à parler *en son nom*, sans que cela ne nécessite d'autres compétences », (MIÈGE, 2010 : 87 ; *nous soulignons*).

En écho à cette parole ordinaire, Bernard MIÈGE rappelle la place traditionnelle de la parole légitime, en citant Emmanuel KANT : « l'usage qu'un professeur en exercice fait de sa raison devant sa paroisse est simplement un usage privé, parce que celle-ci n'est jamais qu'un rassemblement familial quelle que soit son importance... En revanche en tant que savant (autrement dit philosophe) qui, par des écrits, s'adresse au public proprement dit, c'est-à-dire au monde, le prêtre jouit par suite, dans l'usage public de sa raison, d'une liberté illimitée de se servir de sa propre raison et de parler *en son propre nom* »[1114]. La liberté est aussi de définir, entre le professeur et le savant, le cadre privatif de son énonciation, nous y reviendrons.

Quittant la tribune et l'oral, la légitimité de la parole se matérialise dans les journaux. Dans sa contribution à *L'espace public contemporain* (MIÈGE, 2010 : 25-29), Roger BAUTIER fait référence

1111 Voir Fig. n° 5 : Le principe d'identité, en page 264
1112 NOELLE-NEUMANN E., « La spirale du silence, une théorie de l'opinion publique », *Hermès*, n°4, 1989
1113 DAHLGREN P., « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », *Réseaux*, n°100, 2000, p.157-186
1114 KANT, *Qu'est-ce que les Lumières ?*, Paris : Hatier, (1784), 2007, 95 pages. Citation page 35, cité par MIÈGE, 2010 : 17 ; *nous soulignons*

au « cautionnement » de GUIZOT[1115] : « le cautionnement a pour fonction de garantir que l'influence d'un journal ne puisse être exercée que par des hommes en lesquels la société puisse avoir confiance » ; en transférant la légitimité à la confiance, le régime de cautionnement prend le jugement moral comme condition d'exercice de la publicité, et la réputation et ses « sceaux d'approbation » comme preuve de la légitimité. Ainsi se reproduisent en ligne des pratiques dont nous avons déjà vu l'ancrage et les modalités socio-économiques : elles glissent désormais dans le sociopolitique. Favorisant la « sociologie bistrotière »[1116], le web en récupère les usages.

> « Comme les cafés, ces espaces [du web social] sont ouverts à tous les vents. Chacun peut y circuler et lire ce qui s'y dit […] quiconque souhaite y entrer, et prendre la parole, est effectivement libre de le faire. On ne demande pas de titres avant d'écouter. On ne demande pas le nom. Cela n'empêche pas les conversations de s'établir, librement, et les réputations de se faire. La parole et la contribution à la conversation priment sur l'identité de l'émetteur, à la différence de l'espace public bourgeois traditionnel, où la prise de parole est soumise à la sélection de filtres qui ne sont pas ceux de l'agrément de la foule », (MIÈGE, 2010, p.52)

Parler « en son nom » n'équivaut pas à pas parler sous une identité réelle, mais de manière autonome : en creux, cela signifie qu'en ligne, « chacun y va de son expertise, attestée par les pairs, sans que ceux-ci ne connaissent l'entièreté de l'individu »[1117]. Internet contribuerait ainsi à légitimer l'illégitime, sans le créer *ex nihilo*, et participerait de la lutte pour la « reconnaissance symbolique »[1118], requise à la fois dans la prise de parole publique et l'affirmation d'une identité, individuelle (dans l'expertise par exemple)[1119], ou collective[1120]. Pourtant ce n'est pas tant la fourniture d'une identité ou d'un support au projet identitaire que l'hébergement d'un espace de discussion qui invite nombre de chercheurs à s'interroger sur la conjonction d'Internet et de

---

1115 GUIZOT F., « Cours des années 1820-1822 à la Faculté des lettres de Paris », publiés dans GUIZOT F., *Histoire des origines du gouvernement représentatif en France*, Paris : Didier, 1851

1116 VANBREMEERSCH, 2009, *op. cit.,* voir note 1071

1117 GENSOLLEN M., « Économie non-rivale et communautés d'information », *Réseaux*, vol.22, n°124, 2004

1118 HONNETH A., La lutte pour la reconnaissance, Paris : Cerf, 2000 ; VOIROL O., « L'espace public et les luttes pour la reconnaissance. De Habermas à Honneth », in BARRIL C., CARREL J., GUERRERO C., MARQUEZ A. (dir.), *Le public en action*, Paris, L'Harmattan, 2003, p. 109-127

1119 ALLOING C., MOINET N., « Des réseaux d'experts ? L'expertise 2.0 », *Les Cahiers du numérique*, vol.6, n°1, 2010, p.35-53

1120 Voir la note 823 pour les références sur les diasporas en ligne, ainsi que les références données chapitre 5, section 1.1, « Une ethnographie multi-située ». Voir également MATTELART T., « Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *Tic & Société*, vol. 3, n°1-2, 2009

l'espace public[1121]. Il ressort de cette littérature, délaissant « l'espace de construction identitaire », qu'Internet n'est qu'un dispositif, et qu'il ne se substitue pas au cadre politique et discursif qu'il ne fait qu'actualiser. En tant que tel, Internet se rajoute à d'autres dispositifs d'expression publique, à ceci près qu'il conforte la fragmentation de l'espace public selon les singularités de chaque communauté en mal de reconnaissance, redevenant alors dispositif identitaire.

En écho à l'ethnographie multi-située que nous évoquions précédemment, l'espace public se retrouve distribué dans chaque singularité de territoire ou de communauté, mais également de chaque audience ou chaque niche économique que les ICIR ont repérées. S'il est possible d'évoquer des espaces publics territoriaux[1122], médiatiques[1123], organisationnels[1124] ou oppositionnels[1125], des espaces publics de la santé ou environnementaux[1126], l'idée générale est celle à la fois d'un élargissement[1127] et d'un morcellement[1128], capable de couvrir les multiples contextes requérant des processus délibératifs.

Or, en se figeant dans une communauté singulière, en se mettant à son service (celui du ***Mitdasein***), l'espace public opère par nivellement pour ne produire que du consensus (et non du sens commun).

> « Si toutes les idées et les personnes peuvent s'y exposer et s'y publiciser, il n'est pas le lieu de la confrontation, du débat, mais celui d'une atomisation du lien social en

[1121] PROULX S., JAURÉGUIBERRY F., ***Internet, nouvel espace citoyen ?***, Paris : L'Harmattan, 2003 ; CARDON D., « La blogosphère est-elle un espace public comme les autres ? », ***Transversale Sciences et cultures***, 2006 ; FLICHY P. « Internet et le débat démocratique », ***Réseaux***, vol. 4, n°150, 2008, p.159-185 ; DACHEUX E., ROUQUETTE S., « Internet est-il un espace public ? Quand le débat académique des SIC éclaire le débat public », ***XVIII^{ème} congrès de la SFSIC***, Rennes, 01/06/2012. On notera la récurrence du mode interrogatif ; cette question était aussi l'objet d'une table ronde lors des journées organisées à Grenoble le 09/05/2009 par le collectif « Réinventer la démocratie » : « Internet, nouvel espace démocratique ? », table ronde à laquelle participaient P. FLICHY, D. CARDON, ainsi que D. BOUGNOUX. CdB, 09/05/2009

[1122] TETU J.-F., « L'espace public local et ses médiations », ***Hermès***, n°17-18, 1995 ; BLONDIAUX L. ***et al.***, ***La démocratie locale. Représentation, participation, espace public***, Paris : PUF, 1999

[1123] ROMEYER H., ***L'autoréflexivité télévisuelle en France, entre communication médiatique et espace public de débat : les cas Arrêt sur image et L'Hebdo du médiateur***, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Grenoble : université Stendhal, 2004

[1124] DODIER, 1999, ***op. cit.***

[1125] NEGT, 2007, ***op. cit.***

[1126] DAHLGREN P., SANDBERG H., « La construction de l'obésité dans l'espace public suédois », ***Questions de communication***, n°11, 2007 ; ROMEYER H. (dir.), La santé dans l'espace public, Rennes : Presses de l'ENSP, 2010 ; LAFON B., PAILLIART I. (dir.), « Malades et maladies dans l'espace public », ***Questions de communication***, n°11, 2007

[1127] « La participation de nouveaux acteurs à l'espace public procède donc bien de cette inclusion et de l'idée sinon de démocratisation de la délibération, mais de son élargissement », (MIÈGE, 2010 : 88)

[1128] FRANÇOIS B., NEVEU E. (dir.), ***Espaces publics mosaïques, acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains***, Rennes : PUR, 1999

> communautés d'opinions consensuelles étanches entre elles, bardées de défenses de leurs territoires respectifs (…). La liberté s'opère alors au prix d'une disponibilité à participer au consensus de la communauté. De la même manière que les mass-médias doivent plaire et s'adapter à la cible, l'usager du web social doit jouer du consensus dans la (les) communauté(s) qu'il fréquente pour répondre à l'exigence de publicisation. », (PÉRÉA, 2010)

Ainsi deux bornes de l'engagement discursif politique semblent se dresser de part et d'autre d'un espace public singulier : un espace public consensuel d'une part, et de l'autre un espace public instrumentalisé dans la revendication identitaire, produisant un terrain agonistique[1129]. Entre les deux, des fonctions pratiques égocentrées semblent attirer le plus grand nombre[1130]. En effet, si la coïncidence d'un espace public et d'un espace de discussion en ligne semble pertinente pour des forums thématiques, les réseaux socionumériques et les pratiques socio-linguistiques qui s'y déroulent ne correspondent pas aux critères de définition d'un espace public politique. En effet, les RSN proposent un espace de production et réception centré sur un utilisateur articulant auprès d'une liste d'amis sélectionnés des contenus personnels. Trois différences notables sont à souligner :

- il n'y a pas discussion mais au mieux conversation (TARDE parlerait d'un « entrelacement de monologues », (1901 : 66) ;
- il n'y a pas conversation sur des thèmes appartenant à une communauté mais sur des expériences personnelles ;
- il n'y a pas recherche d'un sens commun, mais d'un projet identitaire co-construit au bénéfice du titulaire ;
- l'identité de l'énonciateur est aussi importante pour les récipiendaires que l'est celles des récepteurs pour le titulaire.

Néanmoins, **notre hypothèse est que l'agir communicationnel en vigueur sur Facebook et les sites de socialisation participe à la formation des opinions.** Plus précisément, nous

[1129] MOUFFE C., "*Deliberative democracy or agonsitic pluralism* ?", *Social Research*, n°66, 1999, p.745-758. Cité par Miège, 2010

[1130] SALGUEIRO-MARQUES A.-C., « L'intersection entre le processus communicatif et la délibération publique », *Les enjeux de l'information et de la communication*, 2009 ; LEMIRE M., « L'appropriation de l'information de santé dans un contexte de transformation des modalités de diffusion : une étude de l'usage grand public d'Internet », in ROMEYER, 2010, *op. cit.*

supposons que ces sites étant à l'interface de contextes, ils permettent de construire des postures qui transiteront du privé au public.

C, Les mouvements de reconfiguration des registres d'action entre sphère publique et sphère privée

En réduisant par la pratique l'espace public à des lieux de communication fragmentaires, le modèle théorique hérite néanmoins d'abord d'une forme d'élargissement, mais aussi d'une transversalité dans les pratiques sociales : les registres d'action informationnelle ou communicationnelle valables dans la santé, les discussions autour des forums d'émissions de télévision, sur les questions d'environnement ou d'identité collective se recoupent et s'alimentent réciproquement, dans un apprentissage du rapport à l'information (la recherche) et à la communication (l'argumentation). En retour, cette transversalité annule « la fiction d'une frontière entre les différentes sphères, (…), en montrant l'impossibilité de séparer les sphères économiques, sociales, culturelles, intimes, etc. comme autant de "mondes hostiles" alors qu'ils constituent des "mondes imbriqués" », (BERREBI-HOFFMANN, 2010), ces mondes que nous nommons « complexe de contextes », et où le syndrome transcontextuel touche à l'intime. En effet, rajoute-t-elle, « force est de constater que dans nos mondes contemporains, il y a de l'intime dans le travail, de l'intervention de l'État et de la sphère publique dans les familles, et de l'intime convoqué dans la sphère publique et politique. Les frontières entre le public et l'intime se redéfinissent ».

Patrice FLICHY ou Bernard MIÈGE font le même constat : le premier d'un chevauchement[1131], le second d'un déplacement des « frontières entre espaces publics et sphère de la vie privative. Ce procès qui doit être considéré comme une logique sociale de la communication se développant dans la longue durée, s'organise en priorité autour des nouveaux médias et des TIC pour s'enraciner dans les sociétés contemporaines, et pas seulement dans les sociétés dominantes. », (MIÈGE, 2007).

Relevant de ce que nous avons appelé, avec Gregory BATESON puis avec RUHLEDER & STAR (2010), d'un « syndrome transcontextuel », les transferts qui s'opèrent entre ces deux espaces peuvent être définis soit comme un mouvement de publicisation de la vie privée, soit au contraire

[1131] « On connait notamment l'importance des blagues qui circulent sur les lieux de travail. On assiste donc à un certain chevauchement entre la vie professionnelle et la vie privée », (FLICHY, 2004 : 41). Voir également les travaux de S. BROADBENT, *op. cit.* Dans un format plus bref, lire aussi PIERRE J., « De la convergence des sphères publiques, professionnelles et privées », *Documentaliste — Sciences de l'information*, vol.49, n°1, 2012

d'un mouvement de privatisation de l'espace public. Nous prendrons garde toutefois de ne pas céder à la confusion des termes.

En préambule à la définition de ces deux mouvements, nous prendrons pour exemple deux usages de la dernière expression qui, selon nous, désigne en fait la première. Ainsi, André MONDOUX nivelle plusieurs plans dans la « privatisation de l'espace public »[1132] :

- sur le plan matériel, il explique que la sphère publique est désormais accessible depuis le domicile privé (un procès qui remonte quand même aux premiers cafés de la Révolution et autres salons mondains, les télécommunications ne faisant qu'annuler le déplacement dans l'espace réel) ;
- sur le plan économique, le traitement des données personnelles est opéré par des entreprises privées (là aussi, la dégénérescence médiatique remonte au XIX^{ème} siècle). Or il ne s'agit nullement d'une privatisation de l'espace public, puisque en fait *Facebook* (c'est l'exemple choisi par l'auteur) est une entreprise privée privatisant des éléments provenant de la vie privée : il s'agit d'un procès de privatisation économique d'une privatisation sociologique. Nous avions parlé précédemment d'une « reprivatisation » (chapitre 3) ou « délégation de contenus anecdotiques » (chapitre 6) ;
- sur le plan éditorial, il s'agit d'une publicisation de la vie privée : un élément personnel qui est donné (édité) au public.

Par contre, nous rejoignons l'auteur quand il affirme que les « pratiques et stratégies d'auto-expression et de construction identitaire, autrefois de l'ordre du privé, sont désormais à la base de la vie publique » (MONDOUX, 2010 : 5), hormis que pratiques et stratégies sont toujours de l'ordre du privé, mais qu'elles se déploient dorénavant dans l'espace public : en cela il y a privatisation de l'espace public.

[1132] « Nous assistons à une privatisation de l'espace public (...) que l'on observe sur le plan matériel (l'individu peut désormais faire l'expérience de la sphère publique tout en restant physiquement isolé) et économique (Facebook... reste une entreprise capitaliste privée), MONDOUX A., « Mon Big Brother à moi », Actes du 15ème colloque CREIS-TERMINAL. *Les libertés à l'épreuve de l'informatique : fichage et contrôle social*, Paris : Éditions CREIS, 2010,
Ainsi, la fonction "statut", qui sert normalement à poser un regard objectivant sur le sujet (le statut consiste à établir une relation par rapport à un groupe) devient dans Facebook un outil additionnel d'auto-expression ou une bannière personnalisée (puisque c'est l'individu qui détermine lui-même son "statut"). La participation aux groupes de discussion relève également d'une dynamique de privatisation de la sphère publique : quand un usager de Facebook adhère à un groupe de discussion public, ses amis sont automatiquement notifiés de son adhésion, transformant ainsi une "participation publique" en une autre bannière d'auto-expression : je me définis et me présente aux autres de par mes choix de groupe », (MONDOUX, 2010 : 5).

En plus d'un nivèlement économique et sociologique, la confusion opère selon nous dans la mise à niveau des contenus et des registres d'action, ou pour le dire autrement, de l'informationnel et du communicationnel. Ainsi, il faut comprendre privatisation et publicisation comme des « contaminations » de l'un par les normes et les modalités de l'autre. Nous proposons ainsi dans le tableau suivant de distinguer quatre formes de privatisation de l'espace public (EP – contamination de l'espace public par les contenus et les processus de la vie privée), et quatre formes de publicisation de la vie privée (VP – contamination de la vie privée par les contenus et les processus de l'espace public). Les contenus anecdotiques et les registres d'action de la vie privée feront l'objet d'un développement ultérieur.

<table>
<tr><th colspan="2"></th><th>Informationnel</th><th>Communicationnel</th></tr>
<tr><td rowspan="3">Privatisation de l'espace public
-
contamination de l'EP par des contenus et stratégies de la VP</td><td>Transfert</td><td colspan="2">des contenus anecdotiques → des registres d'action de la VP
vers l'espace commun (économie) ou l'EP</td></tr>
<tr><td>Économique</td><td>Édition
des contenus par le titulaire au privilège du bénéficiaire
Modèle des externalités</td><td>Reprivatisation
du titulaire vers le bénéficiaire</td></tr>
<tr><td>Sociologique</td><td>Publication
des contenus à destination de récipiendaires, parfois non identifiés (le public ou l'audience invisible)
Modèle du salon avec sas facultatif (dépendant des réglages du cadre privatif)</td><td>Recommandation
ou prescription d'ordre privatif/affectif rendue publique
Économie sociale de la réputation</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Publicisation de la vie privée
-
contamination de la VP par des contenus et processus de l'EP</td><td>Transfert</td><td colspan="2">des biens culturels (économie) et des échanges publics → des registres d'action de l'EP
vers la VP</td></tr>
<tr><td>Économique</td><td>Privation
ou morcellement de l'EP au privilège d'un agent économique (le bénéficiaire)
Modèle du club et fonction du sas</td><td>Délégation
du titulaire vers le récipiendaire dans le cadre privatif</td></tr>
<tr><td>Sociologique</td><td>Appropriation
des échanges publics au bénéfice des participants
Tous modèles et fonction du moniteur</td><td>Délibération
sur et à travers des contenus anecdotiques</td></tr>
</table>

Tableau n° 15 : Privatisation et publicisation

Ces procès informationnels et communicationnels prennent racine dans des motivations d'ordre divers. Nous pouvons en donner quelques exemples parmi les auteurs convoqués depuis le début :

- un mouvement de reprivatisation par souci technique[1133] (c'est aussi le cas dans la gestion des identifiants, chapitre 2) ;
- un mouvement de délibération, où la formation discursive des opinions emprunte à l'espace public pour argumenter la « désaffiliation » dans la cellule familiale[1134] (telle que présentée dans le chapitre 4) ;
- un mouvement de publication de la vie privée par revendication politique[1135] (c'était la « catégorie de pratiques » pointée du doigt par Rogers BRUBAKER dans le chapitre 5) ;
- un mouvement de publication pour laisser trace du projet identitaire[1136] (c'était notre hypothèse d'intention chez les apprentis dans le chapitre 6);
- un mouvement de privatisation de l'espace public : ce qui fut le cas dans la constitution de la société bourgeoise (section 1)[1137] ;
- un mouvement de publicisation de la vie privée supporté par la technique[1138] ;
- un mouvement de recommandation dans l'institution de la réputation[1139] ;
- un mouvement de privation par l'individualisation des pratiques culturelles[1140] ;

1133 « La publicisation des images de famille fonctionne, [dans les sites de famille], comme une "garantie" de préservation de la mémoire familiale ; d'une part, parce qu'on croit qu'un site Internet constitue un lieu de stockage plus fiable que les solutions individuelles (croyance assez largement non fondée) ;… » - ODIN, 2011 : 100, suite note 1136

1134 « L'analyse de la dissociation des sphères, propre à la fondation démocratique moderne, m'intéresse moins ici que le mouvement inverse, contemporain, celui de la reconstruction de la comparaison entre la famille et la cité. Cette reconstruction se fait par le mouvement, inéluctable, de la contamination de l'exigence démocratique dans l'espace familial. Les principes d'égalité et de liberté s'introduisent dans la vie domestique », FRAISSE G., « Le privé et le public, une circulation nécessaire », ***Futur antérieur***, n°39-40, 1997

1135 « L'intime peut être utilisé comme une arme et volontairement exposé dans la sphère publique pour, par son pouvoir émotionnel et transgressif, tenter de faire évoluer mœurs ou lois. Ce second cas de figure rappelle le slogan féministe des années 1970 : le privé est politique », BERREBI-HOFFMAN, 2010, ***op. cit.***

1136 « … ; d'autre part, et c'est là l'essentiel, parce qu'il y a l'idée, plus ou moins inconsciente, que si ces images sont vues par d'autres, elles existeront pour l'éternité. Dans ce cas, on ne saurait parler de brouillage de la frontière entre espace privé et espace public : on reste dans l'espace privé, mais l'espace public devient l'ultime ***opérateur*** de la mémoire familiale. », ODIN, 2011 : 100 ; nous soulignons en référence à l'opérateur du modèle du salon

1137 « Un procès de "'privatisation" par lequel les individus ont progressivement conquis autonomie et liberté par rapport à l'autorité de l'État », CHARTIER R., ***Les origines culturelles de la révolution française***, Paris : Seuil, (1990), 2000. Citation page 58

1138 « La technologie n'est pas neutre du point de vue de la défense de la vie privée. La tendance écrasante de la technologie est la révélation de la vie privée. Par sa nature propre, la technologie est intrusive », GARFINKEL S., ***Database Nation: The Death of Privacy in the 21st Century***, Cambridge : O'Reilly & Associates, 2000, traduit et cité par CASILLI, 2010 : 103

1139 « Cette dignité publique étant une propriété privée », in VEYNE, 1985 : 101, ***op. cit.***

1140 Dans FLICHY P., ***Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée***, Paris : La Découverte, 1997, l'auteur passe en revue les mouvements associés aux spectacles publics : si dans un premier temps d'élargissement, les salles de spectacle ré-agencent leur architecture pour potentialiser l'écoute, et non plus la

- un mouvement de délibération typique du rationalisme[1141] ;
- un mouvement de délibération typique du procès de civilisation, où les normes communautaires contaminent la vie privée[1142] ;
- un mouvement de publication par psychologisation de la vie privée : la communication thérapeutique invitant à la publicité, dont le cadre privatif évoluera du cabinet au forum et magazines[1143] (ce seront trois registres d'action présentés dans la section 3).

Nous reviendrons dans la dernière section sur les registres d'action du cadre privatif. Pour l'heure, cette double contamination fait que nul espace n'enlève à l'autre, pourtant leurs croissances sont autonomes[1144]. Si l'espace public est élargi, c'est parce que les questions sociétales sont plus nombreuses à solliciter un processus délibératif. De même, nous supposons que dans le domaine de la vie privée, un « autre » processus conduit à un « autre » espace, que nous nommerons « espace anecdotique ».

---

participation des spectateurs à l'œuvre en cours (disparition des loges privées), dans un second temps de fragmentation, les pratiques musicales (le piano à domicile, le phonographe, la radio et le baladeur) ; informationnelles (fin de la lecture ou de l'audition collective du journal) ; de loisir (télévision, ***bedroom culture***) se multiplient.

1141 « La quête d'efficacité et de contrôle que Max Weber associait à la modernité a fini par gagner un domaine que la société occidentale considère encore comme profondément personnel, intime et privé : la vie relationnelle. Inévitablement, cette rationalisation s'accompagne d'une redéfinition, voire d'une certaine dilution, des frontières entre la sphère privée et l'espace public », Lazega E., Penalva Icher E., « Réseaux sociaux et coopération entre concurrents », Hermès, n°59, 2011 (LAZEGA & PENALVA ICHER, 2011 : 44)

1142 « L'orientation du mouvement de civilisation vers une "privatisation" sans cesse plus prononcée et plus complète de toutes les fonctions corporelles, vers leur rejet dans des enceintes spécialisées... ne va pas sans certaines conséquences (...le rejet du sexuel...) On assiste, au cours du processus de civilisation, à la formation progressive de deux sphères différentes de la vie humaine, dont l'une est intime et secrète, l'autre ouverte, d'un comportement clandestin et d'un comportement public. (...) La structure psychique de l'homme se modifie également. Les interdictions renforcées par des sanctions sociales sont imposées à l'individu sous forme d'autocontraintes. », (ELIAS, 1939 : 417)

1143 « La psychanalyse est née du retrait du moi dans la sphère privée et de la saturation de la sphère privée par les émotions. En relation avec le langage de la productivité et la transformation de l'individu en marchandise dans le champ de la santé mentale, la psychologie a fait du moi émotionnel un texte public et mis en scène dans divers lieux sociaux comme la famille, l'entreprise, les groupes de soutien, les talk-shows télévisés et Internet. La transformation, au cours des vingt dernières années, de la sphère publique en arène où l'on étale sa vie privée, ses émotions et son intimité, est incompréhensible si l'on ne prend pas en compte le rôle de la psychologie dans la transformation des expériences privées en discussion publique. Internet est la manifestation la plus récente de ce processus, car il présuppose un moi psychologique capable de s'appréhender et de se mettre en scène publiquement à travers des textes. Le problème auquel est confronté ce moi est celui de la transformation de cette mise en scène publique en relation émotionnelle privée. », (ILLOUZ, 2006 : 193)

1144 « L'élargissement de la sphère privative n'équivaut pas ipso facto à une extension de l'espace public », (MIÈGE, 2010 : 139)

2.2, L'intermédiation de l'ordinaire

A, L'espace sociétal

Le niveau méta de la formation discursive de l'opinion, « la situation de parole idéale »[1145], se situe dans l'espace public : quand cette opinion est politique, il s'agit de l'espace public politique, dans une relation d'alimentation critique avec l'appareil d'État. Mais *quid* des autres opinions, et autres questions, notamment sociétales ? Comment l'espace public politique est-il lui-même alimenté ? À rebours, à qui s'adresse la communication publique provenant de l'appareil d'État ? L'espace public politique peut-il également alimenter un niveau infra ?

Bernard MIÈGE situe en-deçà de l'espace public politique un espace public sociétal (« sociétal d'une part, prend en compte à la fois les questions relevant du social et celles d'ordre environnemental ; d'autres part sociétal s'applique autant aux structures qu'au fonctionnement des sociétés » ; 2010 : 205)[1146]. Cet espace public sociétal, proto-politique[1147], répond ainsi au besoin d'interfacer l'universalité de l'espace public avec le complexe de contextes[1148], cet « entrelacs de médiation » qui définit la communication[1149]. Nous supposons toutefois qu'il est possible d'aller plus loin et de chercher dans l'infra-ordinaire ce qui alimente l'espace public sociétal.

Cet « espace sociétal » serait selon nous l'aperçu d'un angle mort situé dans le cadre conceptuel de l'auteur : ainsi, critique à l'égard du tournant langagier pris par HABERMAS, B. MIÈGE approuve la critique qu'en fait également le sociologue Louis QUÉRÉ, ce dernier jugeant que le modèle habermassien n'est « pas applicable aux interactions de la vie courante »[1150]. Or, B. MIÈGE estime

1145 HABERMAS, 1981, *op. cit.*

1146 Une présupposition que l'auteur avait élaboré dans des travaux antérieurs : « Nous [Bernard MIÈGE et Yves DE LA HAYE] n'avions pas en perspective l'idée qu'il [le modèle des relations publiques généralisées] tendrait à remplacer tous les autres modèles d'action communicationnelle (ce qui de facto est la vision du 1984 d'Orwell, ou du panoptikon de Jeremy Bentham sinon des travaux de Michel Foucault), mais nous le placions du point de vue des mutations intervenant dans l'espace public habermassien, et en particulier de sa tendance à ne plus se réduire à un espace public politique, ce que traduit la proposition ultérieure du syntagme : espace public sociétal », (MIÈGE, 2007 : 153)

1147 DAHLGREN P., *Media and and Political Engagement. Citizens, Communication, and Democracy*, Cambridge : Cambridge University Press, 2009

1148 « L'espace public "démocratique" présuppose que soient réunies un certain nombre de conditions de la reconnaissance (qui) constituent un contre-poids à l'espace public dans la mesure où les ***contextes d'expérience*** et les milieux culturels de la reconnaissance sont souvent particuliers, à la différence de ***l'universalité de l'espace public*** démocratique" », (HONNETH, 2007 : 175)

1149 SIMON J.-P., « Modestes propositions pour une histoire du présent : la communication comme entrelacs de médiation », ***Réseaux***, n°46-47, 1991, p.103-117, cité par MIÈGE, 2010

1150 QUÉRÉ, 1996. Citation p. 132 reprise dans Miège, 2010 : 63.

que cette dimension est cette fois « excessive chez Quéré lui-même », parce que ce dernier s'intéresserait exclusivement aux interactions verbales ou dyadiques. L'auteur pointe alors du doigt deux « insuffisances » dans le modèle de l'espace public ; nous citons *in extenso* (et ***soulignons***) :

> « – La réduction de la rationalité communicationnelle à l'interlocution et à l'intersubjectivité, comme si elle pouvait être limitée à ces seules dimensions, négligeant des modalités aussi décisives que ***la communication corporelle***, ***les émotions***, les images-sons, et maintenant le ***multimédia***, etc. ;
>
> – La focalisation sur un modèle discursif et politique qui laisse de côté les ***interactions de la vie quotidienne*** ainsi que toute une série de médiations fonctionnant désormais à partir des ***médias*** », (MIÈGE, 2010 : 63)

Refusant tout logocentrisme, l'auteur déploie la communication du non verbal aux dispositifs médiatiques, incluant sans considération excessive les interactions verbales. Pourtant, les travaux de l'auteur, dans la foulée de ses réflexions sur les industries culturelles, se situent du côté des dispositifs médiatiques[1151]. Nous pensons que la conscience de cette insuffisance méthodologique l'incite à mentionner des travaux comme ceux de Lucien PERTICOZ (dont il a dirigé la thèse)[1152], et à les présenter comme un exemple applicatif d'une méthode interdimensionnelle, illustré par cet extrait issu de sa conclusion :

> « Il nous semble qu'il s'agit là de l'une des principales dimensions de notre recherche que d'étudier les mutations socio-économiques par le prisme de l'analyse des pratiques

[1151] La limite d'une méthode dans les choix opérés par Gustavo GOMEZ-MEIJA dans sa thèse, qui n'est pourtant pas située dans la filiation théorique de B. MIÈGE et des industries culturelles (dans le titre de la thèse, la référence est au singulier), mais plutôt dans celle de l'énonciation éditoriale de JEANNERET et SOUCHIER. Le chercheur signale ainsi, dans une discrète note de bas de page (n°50) qu'il ne s'est pas inscrit à ***Facebook*** (sans motiver ce choix, ni celui au contraire de s'inscrire sur ***MySpace – News Corp*** ou ***YouTube – Google***). Néanmoins, il a pu réaliser les captures d'écran nécessaires à la constitution de son corpus : « Sur Facebook, nous avons contourné l'inscription obligatoire au site en ayant recours aux comptes de trois amies empruntés pour la collecte de captures d'écran. ***Ce choix méthodologique se situe à la croisée de notre réticence à faire de l'"observation participante"*** et des contraintes techno-sémiotiques du dispositif », GOMEZ-MEIJA G., ***De l'industrie culturelle aux fabriques de soi ? Enjeux identitaires des productions culturelles sur le Web contemporain***, 2012, ***op. cit.***. La note de bas de page se trouve en page 20. Nous pensons au contraire qu'une compréhension du système se comprend mieux de l'intérieur : l'intérieur de la boite noire logicielle comme l'intérieur des usages, nous ne reviendrons pas sur ce point explicité dans la section consacrée à la méthodologie immersive (chapitre 5, section 1.2).

[1152] MIÈGE B., « Pour une méthodologie interdimensionnelle », ***Revue française des sciences de l'information et de la communication***, n°1, 2012. Pour les travaux évoqués, voir PERTICOZ L., ***Les processus techniques et les mutations de l'industrie musicale – L'auditeur au quotidien, une dynamique de changement***, Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Grenoble, Université Stendhal, 7 décembre 2009, 378 p.

> quotidiennes des auditeurs ; c'est-à-dire de partir du postulat que si ces derniers ont à composer avec une offre préexistante et sur laquelle ils n'ont pas de prise réelle – du moins consciemment – il n'en reste pas moins que leurs actions qui relèvent fondamentalement de la tactique, sont susceptibles d'avoir des implications d'ordre systémique sur l'ensemble des stratégies économiques des principaux acteurs de la filière. En d'autres termes, l'évolution de l'industrie musicale au cours des dernières années est difficilement appréhendable si on n'intègre pas la dimension des pratiques dans le cadre de l'analyse. » (PERTICOZ, 2009, p. 351).

Toutefois, si les perspectives adoptées par B. MIÈGE en termes d'ouverture à des chercheurs intégrant des dimensions quotidiennes ou affectives permettent d'enrichir l'état des connaissances sur les pratiques informationnelles et communicationnelles contemporaines, elles ne lui évitent pas d'apprécier ces pratiques à travers le spectre des « normes d'action communicationnelle ». Alors même que les éléments qui suivent sont tirés d'un chapitre intitulé « les cadres contemporains de l'espace public », l'auteur résume l'agir communicationnel à travers le syntagme de « norme ». Nous ne pensons pas cependant que cet usage réduise la pensée de B. MIÈGE à une idéalisation normative. Ainsi, page 170 de ***L'espace public contemporain***, l'auteur met ces « normes » en tension entre deux niveaux, micro et macro.

- Pour le premier : « si [les normes d'action] en doivent pas être entendues dans un sens étroit et débordent largement de ce que l'on identifie généralement comme relevant de la communication inter-individuelle ou de la construction du micro-social [ici, dépasser GOFFMAN, HABERMAS ou QUÉRÉ], si elles interfèrent pour une part avec des mutations se rattachant à des phénomènes d'ordre culturel au sens socio-anthropologique (en rapport avec l'imaginaire social ou l'incitation faire aux individus de « se réaliser » en société) [ici dépasser l'approche par les Modernités], on ne doit pas oublier que ce qui les caractérise c'est d'être au fondement de phénomènes communicationnels actuels, mais dans une perspective élargie (au-delà du langage et de la corporéité) [ici, dépasser SAUSSURE, AUSTIN ou MARTIN-JUCHAT], et en relation avec des mutations des sociétés, dans toutes leurs dimensions et plus seulement dans les interactions quotidiennes, et de proximité ;
- pour le second niveau (macro), « on fera observer que les normes (en parties nouvelles) de l'action communicationnelle constituent bien l'un des cadres de fonctionnement des espaces publics contemporains, mais on rappellera qu'elles ne leur sont pas spécifiques ; elles interviennent également dans d'autres sphères d'action, ainsi que cela à été indiqué précédemment : médiations, stratégies de

> communication, et surtout de consommations de produits culturels et informationnels ».

Nous pourrions voir ces « cadres contemporains » comme un rapport de codétermination entre les niveaux micro et macro, mais pour l'un comme pour l'autre, il s'agit systématiquement d'un cadre de fonctionnement. Alors certes ils se codéterminent : ce qui se déroule au niveau microsocial s'élargit dans l'espace public, qui en retour alimente les transactions du quotidien. Mais parce qu'il s'agit de « normes », le simple concept de cadre d'usage devient inepte : en refusant tout approche égocentrée, B. MIÈGE établit un cadre de communication sans sujet et délaisse du même coup les possibilités que le sujet peut avoir de fluctuer au sein des normes, et de les aménager selon les situations de communication.

B, L'espace anecdotique

Alors que B. MIÈGE s'interroge pour savoir ce qu'il en est « de l'usage public de la raison quand c'est l'émotion qui prend le dessus » (MIÈGE, 2010 : 158), nous proposons d'inverser l'orientation du prédicat en postulant que l'usage public de la raison vient après l'émotion, mais sans que l'une ne prenne le dessus sur l'autre. Ainsi, l'émotion étant le propre du sujet, et dans la porsuite dialectique de l'*idion* et du *koinon*, nous postulons également un **espace de publicisation des singularités**, qui viendrait en première instance dans les processus d'identification et socialisation, faisant dès lors de la constitution publique du sens commun (i.e. l'espace public) le mouvement retour – en seconde instance – de ces processus (voir la Fig. n° 5 : Le principe d'identité dans la section 2.2.A : Identité et identification, des données aux processus).

Si, comme le dit Jacques ION, « le moi n'est plus haïssable dans l'espace public »[1153], parce que sa singularité est légitimée, alors toute la subjectivité qu'il embarque avec lui se retrouve également dans l'espace public, et dans la formation discursive de ses opinions. Il y aurait ainsi un chainage affectif conduisant à la rationalité de l'argumentation, et des hétérotopies où déployer ce chainage, avec un dispositif idoine qui, dans notre hypothèse et dans le domaine des TIC, pourrait se situer dans la communication médiatisée par ordinateur, dans les réseaux socionumériques, et dans une certaine mesure dans *Facebook*.

[1153] ION J., « Engagements, espace public et sphère politique en France », ***Questions de communication***, n°3, 2006, p.119-132. Citation page 120, reprise dans MIÈGE : 2010

Pour construire ce chainage, nous proposons non pas de descendre (espace public > espace public politique > espace public sociétal > espace anecdotique), mais de remonter à destination de cet espace anecdotique, en prenant « l'activité communicationnelle par en bas », (MIÈGE, 2010 : 182), à partir des processus psychiques menant à la construction du sens et à l'usage de la raison. Nous pourrons alors concaténer ce chainage avec celui des espaces délibératifs et du premier d'entre eux, l'espace anecdotique.

B.1 Le chainage affectif

Longtemps réduit dans un assujettissement fonctionnel[1154], biopolitique[1155], y compris en contexte médiatique[1156] ou numérique[1157], le rapport au somatique, au charnel s'est depuis quelques années décomplexé, dans le champ de la philosophie[1158] comme dans celui des SIC[1159].

Si Georg SIMMEL ou Gabriel TARDE, sur les pas desquels on trouvera plus tard Erving GOFFMAN, considèrent que les affects conditionnent la vie sociale, il n'y a pas – en sciences sociales[1160] – de protocole expérimental qui soit venu le confirmer. La psychanalyse est peut-être ce qui rapproche le plus d'une démarche clinique de l'affectivité. Pour FREUD, elle est directement attachée à l'identification, qui est « la forme la plus primitive de l'attachement affectif »[1161], et cela fonctionne aussi bien au niveau individuel qu'au niveau collectif : les foules sont des « communautés affectives », où l'identification et l'attachement sont aussi bien réciproques que tournées vers le leader.

Fascinantes pour ce qu'elles sont capables d'expliquer, voire de prédire, les neurosciences et les sciences cognitives méritent une brève revue de littérature. Brève car la complexité des mécanismes physiologiques est difficile à synthétiser, mais également parce que nous ne voulons pas prêter le

---

1154 « Le corps ne devient force utile que s'il est à la fois corps productif et corps assujetti », (FOUCAULT, 1975 : 35)

1155 « Le moment historique des disciplines, c'est le moment où nait un art du corps humain », (FOUCAULT, 1975 : 162)

1156 MARTIN-JUCHAT F., *Le corps et les médias. La chair éprouvée par les médias et les espace sociaux*, Bruxelles : Éditions De Boeck, 2008, 150 pages

1157 Les internautes « ont un corps de trop », MORSE M., *Virtualities: Television, Media Art, and Cyberculture,* Bloomington : Indiana University Press, 1998. Citation page 126, reprise dans CASILLI, 2010 : 121. Lire à ce sujet la 2ème partie, p.121-224

1158 ANDRIEU, 2011, *op. cit.* Voir la section consacrée à la méthodologie immersive, chapitre 5, section 1.2.

1159 GALINON-MÉLÉNEC B., MARTIN-JUCHAT F. (dir.), *Le corps communicant. Le XXIe siècle, civilisation du corps ?*, Paris : L'Harmattan, 2007

1160 Au sein des SHS, les sciences de l'homme, la psychologie, ainsi que les sciences cognitives et les neurosciences dans les sciences de la matière reposent au contraire sur le déploiement de ce genre de protocoles, sans que ceux-ci soient forcément centrés sur des problématiques de socialisation.

1161 FREUD, « Psychologie collective et analyse du moi », 1921, p.128, *op. cit.*

flanc à une surdétermination du génétique dans l'agir communicationnel : une telle perspective délaisserait complètement les influences propres aux expériences vécues et aux contextes. Cependant, cette perspective génétique nous semble contribuer comme l'un des vecteurs parmi les autres d'explication des phénomènes sociaux. Nous allons donc présenter un ensemble de définitions résultant des sciences du cerveau et voir en quoi elles éclairent la communication.

Avec les progrès de l'imagerie médicale[1162], les avancées faites par des neurologues comme Antonio DAMASIO permettent de comprendre les processus du cerveau, et notamment du système limbique. À l'intérieur de ce dernier se trouve le complexe amygdalien : les amygdales reçoivent des signaux provenant du traitement des stimuli par le thalamus (qui opère un pont entre les afférences sensorielles du cortex – les entrants – et les efférences motrices du tronc cérébral – les sortants) et peuvent engendrer une réponse qui suivra deux chemins : le chemin court et le chemin long. Dans ce dernier, les signaux passent par le système sensoriel (bulbe olfactif, cortex visuel par exemple), puis par l'hippocampe (mémoire). Par exemple, dans le cas du chemin court, la vue d'un insecte sur un mur provoque un sursaut (en passant outre l'hippocampe) ; dans le chemin long, la perception sera comparée à des schèmes existants – ancrés, sédimentés dans la mémoire à long terme de l'hippocampe – pour voir s'il s'agit bien d'un insecte, ou d'une ombre. C'est ce chemin qui détermine la confiance dans l'objet. Pour compléter cette géographie du cerveau, une zone cérébrale est également consacrée à la reconnaissance des visages, une autre à la reconnaissance des voix humaines[1163]. Des mécanismes similaires sont alors appliqués à la reconnaissance des visages ou des voix, desquels découle une confiance raisonnée. Ainsi, en transformant les sensations en émotions, en leur ajoutant un sens et en délibérant sur ce dernier avec la mémoire, ce processus participe de l'identification (du corps des autres, et donc de la socialisation) et marque l'incorporation du biographique dans l'individu.

Cependant, en suivant le découpage fourni par DAMASIO[1164], nous devons distinguer les pulsions (au rang desquelles on peut placer les passions, et qui relèvent de la mécanique du chemin court), les émotions (qui relèvent du système sensoriel) et les sentiments (qui relèvent du symbolique)[1165].

1162 Progrès réalisés dans la communauté scientifique et opérationnalisés par une branche industrielle spécialisée, dans l'opto-électro-mécanique, puis dans l'optronique. ***Thales*** est l'un des leader dans ce domaine : les avancées technologiques sont reconduites dans le secteur de la certification d'identité, voir I^{ère} et II^{ème} parties.

1163 Il faut toutefois se garder de croire que les comportements sont systématiquement attachés à des zones cérébrales. En l'état actuel de la recherche, c'est une hypothèse qui n'est pas complètement validée. Pour le reste,

1164 DAMASIO, ***Le sentiment même de soi : corps, émotions, conscience***, Paris : Odile Jacob, 2002

1165 Fabienne MARTIN-JUCHAT, dans ***Le corps et les médias***, signale que « les typologies des émotions restent très nombreuses et font l'objet de débats sans fin ». Notre propos n'est pas ici de clore une classification (surtout pas après en avoir montré la relativité). Comme l'auteur, nous retiendrons que « l'émotion est un processus

Seuls ces derniers franchissent le seuil de la conscience, l'étape suivante étant, selon DAMASIO, que les sentiments façonnent le raisonnement. Nous renvoyons le lecteur aux différents ouvrages d'A. DAMASIO ou d'Alain BERTHOZ pour saisir ce chainage, ne retenant que l'idée, corroborée par d'autres auteurs, tels VARELA ou LAKOFF, de l'incarnation de l'esprit, d'une « naissance affective du sens » (MARTIN-JUCHAT, 2008 : 51), c'est-à-dire d'un raisonnement qui nait dans la chair, et dans les affects pour se communiquer. Intégrer ce couplage, c'est revenir à l'étymologie de l'émotion, « faire sortir violemment », (*ibid.*, p.37, note 34), qui conduit à l'action (la fuite dans le chemin court) et à la réflexion (dans le chemin long). Comme le résume Eva ILLOUZ, « le sentiment peut donc être défini comme le pôle énergétique de l'action, si l'on considère que cette énergie relève simultanément de la cognition, des affects, du jugement, de la motivation et du corps »[1166]. L'ancrage émotionnel se retrouve dans les structures sociales[1167], dans les systèmes de classification symbolique[1168], dans la culture populaire[1169]. Par extension, nous pouvons dire que tout agir, même politique, est mis en tension par son ancrage affectif.

Ainsi, selon nous, **le chainage affectif est le mode de production de contenus proto-discursifs fonctionnant par verbalisation – structurée structurante – de l'affectivité**, du soma aux sèmes (ANDRIEU, 2010 ; MARTIN-JUCHAT, 2008). Il donne naissance à la réputation (de la phénoménologie à l'informationnalisation, chapitre 3) et à la raison (des affects à l'argumentation). *In fine*, il fournit le cadre de la communication affective, instancié dans des dispositifs.

B.2 L'espace de médiation des contenus anecdotiques

La littérature a déjà présupposé l'existence de ce cadre, mais situé à la frontière des préoccupations de divers auteurs, il a toujours été délaissé. Nous proposons de le remobiliser et de le précipiter dans le concept d'« espace anecdotique ». Pour cela, nous proposons d'abord de préciser ce que nous entendons par ce terme anecdotique, avant de le valider par les présuppositions d'intellectuels et de chercheurs.

---

multidimensionnel associé à des sensations et impliquant trois composantes : physiologique, cognitive et expressive », DELEFOSSE M.-S., « Une psychologie concrète des émotions », ***Psychologie clinique***, n°10, 2002, p.15-34.,

1166 ILLOUZ, 2006 : 14, *op. cit.*

1167 « Il y a interdépendance étroite entre structures sociales et structures émotionnelles. », ELIAS, 1939 : 440

1168 Dans la conclusion, les auteurs affirment que les classifications symboliques sont fondamentalement affectives, DURKHEIM E., MAUSS M., « De quelques formes primitives de classification : contribution à l'étude des représentations collectives », in MAUSS M. (dir.), ***Essais de sociologie***, Paris : Seuil, 1971, cité par ILLOUZ, 2006 : 13

1169 « La culture populaire (télévisuelle) et politique ne peuvent plus être dissociées entièrement, que les deux domaines mobilisent à la fois des arguments rationnels autant qu'affectifs, et que la culture télévisuelle est une voie d'accès à la symbolique sociale et qu'elle peut-être envisagée comme préparatoire à l'engagement civique ; …[les éléments de cette culture télévisuelle] forment un espace commun, pré-politique », (MIÈGE, 2010 : 188)

« Anecdotique » vient d'*an-edit*, *an-ec-dot*, non donné à l'extérieur, inédit. Pour CLÉDAT, 1910 : 182, il vient du latin *datum*, participe passé du verbe *dare*, donner : c'est sur la base de son équivalent grec qu'est construit anecdotique, « proprement "non donné dehors", inédit ; du sens de particularité inédite ». Pour PICOCHE, 1971 : 163, il provient de l'indo-européen **do-*, en grec *didonai*, donner « et ses composants *ekdidonai* éditer, "produire au-dehors", publier, d'où *anekdotos* "inédit" ». L'un comme l'autre signale qu'est anecdotique ce qui est donné à l'intérieur, au contraire de publier (éditer au-dehors). L'un des premiers usages du terme est attesté chez Diodore de Sicile (I^er^ siècle avant JC) : il désigne les ouvrages inédits et publiés pour la première fois. L'*Anecdota* de PROCOPE raconte des anecdotes (au sens moderne) sur la vie de l'empereur romain Justinien et de son épouse Theodora (VI^ème^ siècle). C'est de lui qu'on tire l'usage courant.

Selon nous, est anecdotique cet espace où sont édités des contenus dont la charge affective prime sans pour autant délaisser l'essai argumentatif, et qui ne sont pas destinés à être délivrés auprès d'un public (extérieur) : ces « contenus anecdotiques » relèvent autant de la force et de la faiblesse des expérimentations de l'extime et du projet identitaire. Le souci d'une validation en retour par les pairs sur ces expérimentations conduit à établir une frontière suffisamment robuste pour empêcher la publication de contenus affectifs non validés et suffisamment poreuse pour atteindre les pairs. Cette extériorisation protégée garantie l'individuation : en manifestant sa singularité, l'être peut exister, il peut être hors de (chez) soi, dans l'intersubjectivité et la rencontre de l'autre, sans être dans le commun. Les normes de cette communication, et notamment la circonscription des récipiendaires (récepteurs des contenus anecdotiques) sont définies dans le cadre privatif (chapitre 8).

Cet espace anecdotique a été soupçonné dans les travaux portant sur l'élargissement de l'espace public et les processus de transfert avec la vie privée, sur les tentatives de circonscription des espaces sociaux et en général dans l'ensemble de la sociologie. Au niveau des théories sur l'espace public et la formation des opinions, Hannah ARENDT propose une approche légèrement différente du modèle normatif, postulant du caractère esthétique de la publicité, ce faisant dans ces conclusions elle recoupe le processus d'individuation : selon elle, la politique dispose de sa propre phénoménalité en « apparaissant » sur la scène publique, et c'est à partir de là que se cristallisent d'abord les opinions, puis le sens commun : « L'ontologie sous-jacente à ce modèle est différente de la précédente. Elle donne une autre valeur à la scénarité de la vie sociale (thématisée à travers la problématique de l'*apparaitre*), et une autre fonction au jugement du public (sans ce jugement, il n'y a pas de scène d'apparition pour la politique, donc pas d'espace public). L'*apparaitre* n'est plus alors une manifestation secondaire et facultative d'entités déjà déterminées, mais le moment de leur détermination : ces entités (personnes, actions, événements, etc.) acquièrent leur individualité

et leur socialité dans le mouvement même où elles apparaissent pour ce qu'elles sont, à un public capable de juger, de former des opinions et de répondre par des actions », (QUÉRÉ, 1992 : 81 ; souligné dans le texte). Selon nous, le « moment de leur détermination » est ce moment anecdotique, d'autant plus qu'il s'ancre dans un jugement esthétique, sensible, de phénomènes sociaux. Nous combinons cette approche avec l'« analyse socio-anthropologique de la vie et des relations publiques » que développe Louis QUÉRÉ. Celui-ci entend aller « de la théorie politique à la métathéorie sociologique »[1170]. Nous ne retiendrons que l'articulation des deux champs sans prêter plus attention au vœu d'une conclusion au niveau méta. Ainsi, dans le registre socio-anthropologique de la publicité, l'auteur estime que les relations sociales reposent sur les phénomènes du *self* (l'auteur fait ici référence à GOFFMAN et à « l'inattention polie » que se prêtent les gens dans la rue)[1171], combinant anonymat et « privilège des apparences », « institution d'un commun (identification et qualification des personnes selon les apparences) », « régime spécifique d'apparaitre des personnes et des choses) » et régime du sujet de droit « qui garantit liberté et égalité » (1992 : 83) : l'auteur évoque alors une « a-propriété » de l'espace public où les gens se rendent mutuellement sensible en manifestant certains comportements, en adoptant certaines attitudes, un « caractère "public" des lieux dits "publics" » qu'il oppose au « caractère "privé" » d'un autre espace. Nous considérons cet espace – anecdotique – comme l'appropriation d'un espace où « les gens se rendent mutuellement sensible » en excluant l'anonymat et le commun et en privilégiant au contraire le singulier et l'authentique, un lieu où l'on tombe plus facilement la face, où l'on se « dé-visage » (LEVINAS), où l'on s'individue dans l'intersubjectivité. Avec Gilbert SIMONDON, et dans le cadre de l'individuation, nous pourrions alors considérer l'espace public comme un milieu stable, puisque visant au sens commun, et l'espace anecdotique comme un milieu métastable, support (au sens de MARTUCCELLI) d'une identité en construction, un espace « liquide » pour une « identité liquide » (BAUMAN).

Si l'on quitte le chemin philosophique de la phénoménologie pour celui de la sociologie formelle, nous trouvons trace de cet espace dans la sociologie de la conversation de Gabriel TARDE.

> « On appelle une "société" - expression excellente, car elle revient à dire que le rapport social par excellence, le seul digne de ce nom, est l'échange des idées, - un groupe de gens habitués à se réunir quelque part pour causer ensemble. », (TARDE, 1901 : 65)

[1170] QUÉRÉ L., « L'espace public : de la théorie politique à la métathéorie sociologique », Quaderni, n°18, automne 1992, p.75-92

[1171] GOFFMAN E., *Les relations en public*, Paris : Minuit, 1973

Yves DE LA HAYE mentionne également ce « quelque part » dans sa définition de la sociabilité, « c'est-à-dire le commerce quotidien, non-fonctionnel, entre les individus "doués de raison et de sensibilité", qui, *à la frontière de la sphère privée*, trouve dans la sphère publique des possibilités d'expression, d'information, d'entraide, de rencontres, etc. »[1172]. Avec son approche linguistique, HABERMAS estime également que le langage est un « médium d'intercompréhension non tronqué, locuteur et auditeur, partant de l'horizon de leur monde vécu interprété, se rapportent à quelque chose à la fois dans le monde objectif, social, et subjectif, afin de négocier des définitions communes de situation »[1173].

Ainsi, de même que « l'espace public s'étend dans la vie de tous les jours »[1174], l'espace anecdotique prend place dans chaque lieu de vie (dans le « complexe de contextes »), comme le dit B. LAMIZET, « la découverte de l'autre n'est que la découverte d'un autre espace privé que le sien »[1175] : ainsi la conjonction de ces deux espaces privés équivaut à l'espace anecdotique. Dès lors nous pouvons établir une topologie des espaces anecdotiques, nécessairement pluriels, à commencer par tous les lieux privés, dont ceux de la famille[1176] ou de l'entreprise. Dans ce domaine, nous rappelons un extrait du document d'accompagnement de la réforme de l'épreuve de Culture générale et expression en BTS :

> « Lorsque le jeune technicien supérieur tout juste diplômé reste isolé, voire est ridiculisé 'autour de la machine à café' parce qu'il ne parle pas comme ses collègues…».
> Document d'accompagnement, Académie d'Amiens, 2005[1177]

Les guillemets sont d'origine : ils signalent une instanciation de l'espace anecdotique dans la sphère professionnelle : c'est autour de la machine à café, à la fois en-dehors et dans le cadre de l'activité professionnelle, que se rencontrent des individus (collaborateurs, stagiaires, responsables, clients)

1172 DE LA HAYE Y., « Comment les nouvelles technologies vont-elles changer les rapports sociaux ? », ***Raison Présente***, n°61, 1982, p.81-85 ; les guillemets sont de l'auteur, nous soulignons pour le reste

1173 HABERMAS, 1981 : 111

1174 SANDBERG H., DAHLGREN P., « La construction de l'obésité dans l'espace public suédois », ***Questions de communication***, n°11, 2007

1175 LAMIZET B., ***Les lieux de communication***, Liège : Mardaga, 1992. Citation page 182. Dans le champ de la phénoménologie, Alfred Schütz fait également remarquer que « le mode de la vie quotidienne, loin d'être mon monde privé est dès l'origine un monde intersubjectif, partagé par mes semblables, vécu et interprété par Autrui. », (SCHÜTZ, 1955, pages 80-81)

1176 Voir l'intime familier de I. BERREBI-HOFFMAN, chapitre 4, section 1.2A.1; la ***bedroom culture*** de S. LIVINGSTONE, chapitre 6, section 1.1A ; la « Famille » chez R. ODIN, 2011 : 97

1177 Voir chapitre 5, section 2.1A.1

et que des conversations peuvent aborder des thèmes autres que ceux afférents à l'activité de l'entreprise (les restaurants, vestiaires et autres lieux communs sont aptes également à accueillir des conversations anecdotiques).

Dans la sphère pédagogique, nous rappelons également que la réforme de l'épreuve de BTS en Culture générale et expression amène les candidats à composer dans une épreuve nommée « expression personnelle » : dans le cadre de cet exercice, où le candidat doit argumenter sur des bases référentielles et expérientielles, les échanges préparatoires avec confrontation des vécus et des opinions est typiquement un espace anecdotique. L'étudiant doit, en puisant dans plusieurs contextes spécifiés par le référentiel (notions vues en cours, culture personnelle, expériences du monde vécu), être en mesure de composer une argumentation « qui dépasse le simple point de vue individuel et intime, en proposant une articulation entre la réflexion ouverte par la question posée, les documents proposés en synthèse et le travail de l'année ». Ces exemples nous amènent à préciser que **l'espace anecdotique est situé à un niveau microsocial : il prend forme dans les interactions en face-à-face, mais également – par principe de congruence** (chapitre 6, section 3.1) – **dans celles médiatisées par ordinateur**.

Ainsi, d'autres dispositifs se prêtent à l'accueil d'un espace anecdotique : parmi eux tous ceux relevant des TIC et de la communication médiatisée par ordinateur. Valérie BEAUDOIN, en restant au niveau d'une approche formelle héritée du modèle de l'énonciation éditoriale, montre comment l'offre de service est passée « de la publication à la conversation »[1178], reconduisant le passage sociohistorique du monologue au dialogue[1179].

> « Les Tics numériques [...] fournissent aux paroles ordinaires plus d'occasions de se confronter/de s'affronter (sans cependant que cela se déroule nécessairement dans un EP ; bien des discussions sur la vie de quartier ou dans les immeubles, autour de l'accueil des enfants à l'école, les achats, les vacances, les voyages, etc. ne doivent pas être confondues avec un débat participant de l'EP). Ce qui laisse à penser que les Tics sont à la source d'une communication autre et même alternative à celle favorisée par les médias connus, ...permettant à des gens ordinaires, ..., de se montrer entreprenants, ...en faisant état de compétences communicationnelles certaines », (MIÈGE, 2010 : 134)

[1178] BEAUDOIN V., « De la publication à la conversation », *Réseaux*, vol. 6, n°116, 2002, p.199-225

[1179] « En somme, [la conversation] était d'abord, nécessairement, un monologue. Le dialogue n'est venu qu'après, conformément à la loi d'après laquelle l'unilatéral précède toujours le réciproque. », (TARDE, 1901 : 51)

En offrant un terrain à l'illégitimité des locuteurs, ceux-ci déploient dans les sites web des sujets de conversation, également rejetés de l'espace public car jugés non discursifs. Face à l'inhospitalité de l'espace public, il serait alors possible d'envisager l'hospitalité de l'espace anecdotique : Antonio CASILLI estime que l'hospitalité, « basée sur la permission d'***accéder à un espace intime commun*** »[1180], est l'une des composantes de la culture numérique, dans le cadre du foyer.

> « Si les ordinateurs sont synonymes de domesticité, ils le sont tout autant d'hospitalité (...). L'hospitalité est le mécanisme social qui nous permet d'intégrer des personnes étrangères au foyer (...). A chaque fois que nous donnons accès à nos données, que nous autorisons quelqu'un à se connecter à notre système d'exploitation ou à notre profil Facebook, nous mettons en quelque sorte en place un rituel d'hospitalité. A travers ces règles, nous trions les amis, nous démasquons les malveillants. », CASILLI, 2010 : 32-33

Entre la « découverte de l'espace privé de l'autre » et l'intégration des « personnes étrangères au foyer », l'espace anecdotique est non seulement l'**espace de médiation** des affects et de la raison, du singulier et du social, l'**espace de l'individuation**, il est également l'**espace d'identification** et circonscription des récipiendaires (autorisés à franchir le sas de l'espace anecdotique).

À ce titre, nous pouvons considérer que l'espace anecdotique se trouve accueilli au sein des réseaux socionumériques, dans lesquels se déroulent les processus d'identification et de socialisation, dans lesquels réside un espace de production et de réception des contenus anecdotiques, dans lesquels se joue une intersubjectivation, et où le titulaire peut choisir ses récipiendaires. Mark Zuckerberg, à l'occasion du lancement du fil d'actualisation des statuts (***newsfeed***), explique qu'il peut sembler plus pertinent aux gens de raconter la mort d'un écureuil dans leur jardin que celles de personnes en Afrique[1181]. L'espace anecdotique serait donc le lieu où l'individu s'approprie les phénomènes de l'ordinaire, le quotidien, l'anecdotique (au sens courant du terme), et prend le risque de manifester l'affectivité qu'ils provoquent en lui. À ce sujet, le chercheur ne doit pas juger de la futilité des productions anecdotiques[1182] : la connaissance du monde vécu par l'énonciateur (son contexte, sa vie privée) peut amener à débrayer ce genre de considération (chapitre 5). Comme le faisait déjà

1180 CASILLI, 2010 : 39. Souligné dans le texte

1181 "***A squirrel dying in front of your house may be more relevant to your interests right now than people dying in Africa***", in KIRKPATRICK D., ***The Facebook Effect***, Simon & Schuster, 2010, p.296

1182 Par exemple en se navrant que « le groupe de discussion ***Américains pour les énergies alternatives*** compte plus de 300 000 usagers, mais le groupe ***Je tourne mon oreiller pour dormir sur le côté frais*** en regroupe pour sa part près d'un million… », MONDOUX, 2009, ***op. cit.***

remarquer Gabriel TARDE, nous invitons à ne pas considérer les productions anecdotiques de manière péjorative : ce qui pourrait passer pour un simple « bavardage superflu, simple perte de temps aux yeux des économistes utilitaires, est, en réalité, l'agent économique le plus indispensable, puisque, sans lui, il n'y aurait pas d'opinion, et, sans opinion, point de valeur, notion fondamentale de l'économie politique, et, à vrai dire, de bien d'autres sciences sociales », (TARDE, 1901 : 68). Dans l'optimisme de TARDE, l'espace anecdotique serait un espace de civilités, non pas un espace public mais un espace civil. Cela étant, la conscience d'une possible réception ironique, ou de manière générale d'une possible mésinterprétation, amène les locuteurs à user de formes de cryptographie dans leurs contenus anecdotiques : comme nous le signalions dans le chapitre 6, la clé de déchiffrement est en possession des récipiendaires, elle a été transmise hors contexte. Cette pratique relève selon nous du cadre privatif, par lequel l'énonciateur fixe les contraintes de sa médiation affective.

De même, il ne faut pas s'attendre à l'expression d'opinions politiques ou de questions sociétales. Encore une fois, il n'y a que Gabriel TARDE pour croire que « la conversation, ..., pourrait, à la longue, suppléer dans une certaine mesure le rôle social de la tribune et de la presse comme formatrice de l'opinion. », (TARDE, 1901 : 41). Si des expressions politiques se manifestent dans l'espace anecdotique, c'est de manière conjoncturelle (émeutes de Villeneuve du corpus G, faits divers médiatisés, élections). Alors que l'ensemble de la littérature s'attarde sur la formation d'opinion politique dans la perspective de discussions politiques et autour de la vie et de l'action politique, nous pensons que le raisonnement, celui-là même qui est situé au cœur de l'espace public ou de la publicité, peut aussi prendre pour objet des questions non politiques ou communes, à la limite sociétale, et ce parce que **le raisonnement prend corps dans l'intellectualisation de la vie affective**.

Dans sa thèse de doctorat en SIC, Loïc BALLARINI propose de relire HABERMAS (à l'aide entre autres de Hannah ARENDT, Bernard MIÈGE, Peter DAHLGREN) : le chercheur s'adosse sur la critique de la dimension idéaltypique de l'espace public, celui-ci ne serait pas le creuset du sens commun, toutefois le tournant langagier pris par HABERMAS validerait l'hypothèse que la théorie linguistique serait susceptible d'éclairer les faits sociaux. Partant alors d'une enquête de terrain sur la lecture de la presse quotidienne, L. BALLARINI présente l'espace public d'abord comme un espace conversationnel et localisé, mais surtout comme le creuset des opinions personnelles[1183].

[1183] BALLARINI L., *L'espace public au-delà de l'agir communicationnel. Quatre renversements de perspective pour sortir des impasses du modèle habermassien*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la

L'auteur toutefois reste ancré sur une étude des rapports aux médias traditionnels (presse, radio, télé sont les seuls médias convoqués dans le questionnaire) et n'envisage l'expression des opinions personnelles que dans la conversation : c'est d'ailleurs la tension entre conversation et actualité qui détermine son approche, alors même que ses entretiens montrent comment l'infra-ordinaire nourrit les interactions verbales, laissant ainsi de côté la part affective des opinions et des représentations du monde social. De même, l'éditorialisation de ces opinions n'est pas abordée, en dehors de l'interlocution verbale et en-dehors du courrier des lecteurs, donc toujours en tension avec des médias de journalistes. Nous avons montré au contraire comment l'infra-ordinaire et l'affectif nourrissaient l'éditorialisation de soi et de ses opinions, et comment les réseaux socionumériques apportaient un support à cette éditorialisation.

En ce qui concerne les questions sociétales, nous pensons plutôt que l'espace anecdotique est cet endroit où s'expriment les effets de bord du procès de civilisation : nous avions indiqué dans le chapitre 6 l'existence (faible mais croissante) de doubles profils, un « lisse » et un « trash » (le second en général plus filtré que le premier). Alors que le premier profil se conforme aux normes sociales en vigueur, le second exprime des comportements radicalisés (alcoolémie, insultes, ordalies adolescentes, actes menaçants la face des locuteurs, des allocutaires ou des tiers). S'ils n'ont pas la forme d'un discours de contestation des normes sociales (rappelons que l'EA est proto-discursif), ni sans doute l'intention consciente de manifester cette contestation, les contenus « trash » indiquent les difficultés d'incorporation des règles sociales et montrent, de manière ventriculaire, des pratiques où s'exacerbent une affectivité sans contrainte. Ces pratiques sont vécues avec des pairs partageant les mêmes difficultés à rentrer dans le monde adulte.

En termes de formation, seul compte alors l'expérience de la prise de parole en public : médiatisée par ordinateur avec les bénéfices d'un dispositif asynchrone, permettant de préparer sa réponse (formation discursive) ; un public circonscrit dans la liste d'amis et les réglages de confidentialité (ce que nous appellerons « cadre privatif » dans le chapitre 8).

Or le modèle socio-économique des dispositifs dont il est question ici (MONDOUX, CASILLI ou ODIN font référence à ***Facebook***) prévoit que dans le salon, à côté du titulaire et du récipiendaire, respectivement énonciateur et récepteur des contenus anecdotiques, se trouvent un opérateur, chargé de l'édition et de la diffusion, et un bénéficiaire (tiers ou opérateur) qui pourrait tirer profit d'un syndrome transcontextuel. Ainsi deux écueils apparaissent immédiatement, laissant craindre

---

communication, dirigée par Jacques Guyot, soutenue le 30 novembre 2010, Université Paris VIII – Vincennes Saint-Denis. Lire notamment la deuxième perspectivesur la constitution des opinions personnelles, page 338 et suivantes.

une dégénérescence de l'espace anecdotique et du procès d'individuation : une instrumentalisation du chainage affectif par sa publicisation, une décontextualisation par sa privatisation (section 3). Dès lors, il nous faut envisager les différentes modalités de régulation du cadre privatif (légale, technique et interactionnelle : chapitre 8).

3. Les registres d'action de la vie affective sous l'emprise du modèle rationnel

Sans vouloir rentrer dans la métathéorie de l'Action, convoquer l'étude des registres potentiels d'action dans l'espace anecdotique amène à réquisitionner la théorie de l'agir communicationnel, et depuis le tournant langagier d'HABERMAS, les *speech acts* et la philosophie du langage.

Parmi les énoncés, il en serait qui produiraient des effets sur l'allocutaire, et parmi ceux-ci, il en serait certains que l'énonciateur aurait construit dans le but de cette performance : il s'agit en l'occurrence d'une action communicationnelle rationnelle en finalité, visant délibérément à influencer l'allocutaire. Au registre de l'agir stratégique de Max WEBER sur lequel se fonde HABERMAS, ce dernier rajoute la possibilité d'énonciations – dans l'espace public – visant au consensus, avec la même charge rationnelle que dans les actes d'influence. La stratégie énonciative emprunterait alors les chemins de la décentration (saisir le contexte de l'allocutaire) et de la structuration (repérer et relier les différences d'interprétation du monde vécu). Ces formes d'objectivation du monde social se complètent par une approche subjective, estime le philosophe[1184].

Dans ce modèle, il serait possible de repérer des normes d'usage dont la validité ne peut se faire que de manière pragmatique, après l'énonciation et ses effets, et non dans l'à priori de l'impératif catégorique[1185] : ces normes ne sont pas universelles mais permettent, par la critique *a posteriori*, de devenir sociales.

[1184] Relire la citation de la note 1173 : « locuteur et auditeur, partant de l'horizon de leur monde vécu interprété, se rapportent à quelque chose à la fois dans le monde objectif, social, et subjectif, afin de négocier des définitions communes de situation », HABERMAS, 1971 : 111

[1185] « Agis seulement d'après la maxime grâce à laquelle tu peux vouloir en même temps qu'elle devienne une loi universelle », KANT E., *Fondements de la métaphysique des mœurs*, Paris : Livre de Poche, (1785), 1993, p.97

> « Une norme ne peut prétendre à la validité que si toutes les personnes qui peuvent être concernées sont d'accord (ou pourraient l'être) en tant que participants à une discussion pratique sur la validité de cette norme »[1186]

En retour de validation, HABERMAS universalise plusieurs normes, dont certaines reposent sur un processus d'identification : « tout sujet capable peut participer à la discussion, nul n'en étant a priori exclu »[1187]. Dès lors, la possibilité de participer à l'espace public, lieu de discussion, conduit à la reconnaissance et l'intégration de la singularité dans l'espace commun.

> « La présupposition idéalisante d'une forme de vie universaliste, dans laquelle chacun peut adopter le point de vue de tout autre et compter sur la reconnaissance réciproque par tous, rend possible l'intégration communautaire d'êtres individués, de même qu'elle rend possible l'individualisme pour autant qu'il est l'autre face de l'universalisme »[1188]

Ainsi se dessine un double mouvement d'intégration sociale dont le retour est l'autonomie individuelle, ce qu'HABERMAS appelle le « concept intersubjectif d'autonomie »[1189]. Il serait nécessaire alors, pour s'individuer, d'apprendre à être social par l'entremise d'une « éthique de la discussion »[1190], il faudrait communiquer pour incorporer les normes sociales.

Nous noterons cependant, comme nous invite à le remarquer F. VANDENBERGHE, qu'« à la différence d'Habermas, Simmel considère que l'action est d'abord "conjonctive" (Mannheim), c'est-à-dire affective, non réflexive, émotionnelle », (VANDENBERGHE, 2009 : 49)[1191]. Préfigurant le chainage affectif mentionné dans la section précédente, cette hypostase préfigure également « la

---

1186 HABERMAS J., « Notes pour fonder une éthique de la discussion », in ***Morale et communication*** (1983), Paris : Cerf, (1983), 1986, p.86-87

1187 « Sont susceptibles de constituer de telles normes la règle (1) selon laquelle tout sujet capable peut participer à la discussion, nul n'en étant a priori exclu ; la règle (2) selon laquelle tous les interlocuteurs peuvent également faire valoir, exprimer ou examiner toute affirmation ; la règle (3) selon laquelle aucune autorité ou pression ne peut suspendre l'application des règles précédentes, les conditions de la communication devant toujours être favorables à cette application », JAFFRO L., « Habermas et le sujet de la discussion », ***Cités***, vol. 1, n°5, 2001, p.71-85.

1188 HABERMAS J., ***La pensée postmétaphysique***, Paris : Armand Colin, (1988), 1993, p.226

1189 HABERMAS J., ***De l'éthique de la discussion***, Paris : Cerf, (1991), 1992

1190 « Des modèles de socialisation et […] des processus d'apprentissage qui favorisent le développement du moi des membres des jeunes générations, et mènent les processus d'individuation au-delà des limites d'une identité traditionnelle qui reste liée à des rôles sociaux déterminés. ***Ibid.***, p.42

1191 F. VANDENBERGHE se réfère ici à ***Das individuum un die Freiheit. Essais*** [L'individu et la liberté], Francfort : Fisher, 1993

politesse » de Gabriel TARDE, « le procès de civilisation » tel que le conçoit Norbert ELIAS ou « l'ordre interactionnel » d'Erving GOFFMAN.

- La politesse et la conversation, la première étant le cadre de la seconde, font œuvre de civilisation en permettant l'intersubjectivité, et ont pour « sources différentes : enseignements de la famille, école, apprentissage, prédications, discours politiques, livres, journaux », (TARDE : 1901 : 71) ;
- Chez ELIAS, « ce refoulement de l'affectivité auquel nous donnons le nom de "politesse" » (1939 : 299), se joue au sein de la famille, le lieu central de la production de l'autocontrôle des pulsions[1192], reproduisant le chemin descendant des normes sociales (des couches supérieures jusqu'aux enfants)[1193], la rationalité se situant moins dans les connaissances (de type hygiéniste)[1194] que dans le procès global de civilisation[1195]. Cela étant, « le dispositif technique a également servi à la reproduction permanente et à la diffusion des normes », (ELIAS, 1939) ;
- enfin, pour GOFFMAN, le face-à-face, et les rituels qui accompagnent l'échange interactionnel (le travail de figuration, le tact, l'engagement), est le lieu de monstration de l'assimilation et de la reproduction des normes sociales[1196] ;

En situant ces apprentissages dès l'espace anecdotique, en poursuivant le tournant langagier des contenus anecdotiques dans leur instanciation par des dispositifs techno-sémio-pragmatiques, quelles normes pourraient émerger d'un tel agir communicationnel ? Quels effets cette normation aurait-elle sur l'individuation ?

1192 « La société commence à réprimer la composante de plaisir positive de certaines fonctions en suscitant des sentiments d'angoisse, ou - pour être plus précis - à la reléguer dans le domaine privé, dans le "moi" de l'individu, dans l'"intimité" ; elle s'efforce de "conditionner" les membres de la société de telle manière qu'ils ne ressentent plus, face à de telles actions, que les émotions négatives, le déplaisir, la répugnance, l'embarras », (ELIAS, 1939 : 307). Déjà Adam SMITH, dans sa ***Théorie des sentiments moraux*** (1759), prenait le jugement moral comme inhibiteur des passions, et donc mode de gouvernance. En effet, c'est en faisant preuve d'empathie, de compréhension envers les autres et envers soi-même qu'un groupe social en viendrait à édicter des règles de vie.

1193 « La sensibilité et les dispositions affectives se modifient en fonction d'une situation sociale donnée, d'abord dans la couche supérieure : les structures d'ensemble de la société ont pour effet de porter les nouvelles normes affectives dans les autres couches sociales. », (ELIAS, 1939 : 247)

1194 « La connaissance rationnelle n'est nullement l'agent moteur de la civilisation des mœurs de table ou d'autres modes de comportement », (ELIAS, 1939 : 248)

1195 La rationalisation « n'est qu'un des aspects d'une transformation englobant toute l'économie psychique de l'homme, le contrôle des pulsions non moins que le contrôle du Moi et du Surmoi », ELIAS, 1939

1196 « Les sociétés, pour se maintenir comme telles, doivent mobiliser leurs membres pour en faire des participants de rencontres autocontrôlés. Le rituel est un des moyens d'entrainer l'individu dans ce but : on lui apprend à être attentif, à s'attacher à son moi et à l'expression de ce moi à travers la face qu'il garde, à faire montre de fierté, d'honneur, de dignité, à avoir de la considération, du tact et une certaine assurance », (GOFFMAN, Les rites d'interaction, 1967 : 41)

Entre influence et consensus, nous percevons deux registres d'action rationnelle en finalité dont les mutations seraient imputables à leur instanciation par des dispositifs. En effet, comme le précise Josiane JOÜET, « la médiation de l'objet technique n'est pas neutre et conduit à une technicisation de l'action qui se repère en effet dans l'accomplissement de toutes les activités ordinaires par le truchement des technologies digitales. La rationalité de la technique structure la pratique qui adopte en retour les valeurs de performativité de l'objet »[1197]. S'adossant aux instruments fournis, prenant appui sur la performativité des dispositifs identitaires, les pratiques individuelles tendraient à développer un mode procédural de la capacitation et de l'autogestion de soi d'une part[1198], et de l'autre à un lissage comportemental. Centrées sur le travail identitaire, ces tendances renvoient à la logique informationnelle-communicationnelle de l'individualisation des pratiques ; toutefois, comme Bernard MIÈGE, nous prendrons garde que « l'individualisation, (…), [ne fasse] écran à la complexité des phénomènes engagés, et ce d'autant plus que la plupart des études et recherches, le plus souvent sectorielles – en ce qu'elles portent sur un outil mis à part des autres, ou en ce qu'elles concernent une population spécifique –, échappent assez rarement à des visées instrumentales, en dépit parfois des précautions prises et affichées. Le temps est donc venu, en partant des données disponibles et en les réinterprétant des analyses menées ça et là, de mettre à jour des tendances générales, qui échappent autant que faire se peut au positionnement sectoriel ou partiel », (MIÈGE, 2007 : 170).

3.1, Le management de la vie affective

De la même manière que se gèrent des ressources, *a fortiori* les ressources humaines, les outils de la quantification et de la rationalisation prennent l'affectif pour objet. Les conséquences sont de nature ontologique et sociale : qu'advient-il de l'être humain dans un tel procès ?

En se basant sur des techniques de gestion, pour partie basées sur un corpus notionnel issu de la psychologie, pour l'autre sur des méthodes organisationnelles, l'individu serait outillé pour

[1197] JOUET J., « Pratiques de communication et figures de la médiation », ***Réseaux***, n°60, 1993

[1198] Le terme capacitation est la traduction québécoise d'***empowerment*** : un ensemble de tactiques développées par des individus afin de garantir leur auto-détermination. L'***empowerment*** est quant à lui un terme apparu au milieu des années 90, d'abord dans un programme des Nation-Unies (***Gender Empowerment Measure***) visant à réduire les inégalités de traitement des femmes. L'***empowerment*** s'est ensuite appliqué aux catégories défavorisées (afro-américains, sans domicile). Le management a repris le terme dans la gestion des ressources humaines, en proposant aux salariés des moyens de développer leurs compétences de manière autonome. WILKINSON A., "***Empowerment: theory and practice***", ***Personnel Review***, vol. 27, N°1, 1998, p. 40-56

répondre aux injonctions d'autonomie et d'autocontrôle. Ces outils se développent dans deux domaines : la communication thérapeutique et les prescriptions socioprofessionnelles.

A, La communication thérapeutique

Au niveau émotionnel, la conséquence de l'objectivation par réflexivité s'approche de la commensuration. Eva ILLOUZ, dans son étude de la psychologisation des faits sociaux, se réfère à la commensuration d'ESPELAND & STEVENS : « l'acte réflexif consistant à nommer des émotions pour les maîtriser leur donne en quelque sorte un statut ontologique et les fixe dans la réalité et dans le moi profond de celle ou de celui qui les éprouve. Cela est contradictoire avec la nature insaisissable, provisoire et contextuelle des émotionnelles. », (ILLOUZ, 2006 : 67). En les fixant, notamment par l'écriture, et par exemple dans les espaces de production des réseaux socionumériques, en procédant par une abstraction de soi dans les signes, « l'idée de "texte pur" (…) donne naissance à l'idée d'"émotions pures", à l'idée que les émotions sont des ***entités discrètes*** qui sont d'une certaine manière prisonnières du moi et qui peuvent être inscrites dans des textes et appréhendées comme des entités permanentes détachables du moi, ***observables, manipulables et contrôlables***. Le contrôle des affects, la mise au clair de ses valeurs et de ses buts, ***le recours à une technique de calcul, la décontextualisation et l'objectivation des émotions impliquent une intellectualisation des liens intimes***, qui s'inscrit dans un projet moral plus général : la création d'un échange égal par l'instauration d'une communication verbale permanente sur ses besoins, ses sentiments et ses buts. », (ILLOUZ, 2006 : 67-68 ; nous soulignons, dans un renvoi évident vers le chapitre 3 et les techniques info-documentaires de la réputation).

Aux processus de capture, documentarisation, computation et commensuration, Eva ILLOUZ rajoute un mode procédural : « une bonne partie de la culture contemporaine prend la forme de conseils, d'avertissement et de recettes ». Elle en repère l'actualisation à la fois dans le ***modus operandi*** des psychothérapeutes (un ensemble d'étapes à suivre, un déroulement des questions, des prescriptions monocausales, dont la simplification vise à faciliter l'acceptation de la psychologie comme mode thérapeutique) et plus encore dans les tests psycho des magazines féminins, fournissant aux lectrices des indicateurs quantitatifs (capital émotionnel, quotient affectif), des grilles d'analyse de leur émotions et du comportement de leur conjoint, enfant, collègue et employeur, etc., ainsi que des boites à outil en guise de rétroaction (de type programmation

neurolinguistique, codes du langage non-verbal, etc.)[1199]. Or, « la communication thérapeutique introduit dans la vie émotionnelle un élément procédural qui fait perdre aux émotions leurs valeurs d'indices, leur capacité à nous orienter rapidement et de manière non réfléchie dans le réseau de nos relations quotidiennes. Introduire une gamme de procédures pour gérer ses émotions et les remplacer par des discours corrects et standard implique une coupure de plus en plus grande entre les émotions d'une part, l'action et des relations concrètes particulières de l'autre. (…) En dernière analyse, communiquer revient à suspendre ou à mettre entre parenthèses le ciment émotionnel qui nous lie aux autres », (75). La coupure sémiotique de la communication thérapeutique marquerait ainsi une rupture dans le chainage affectif de l'éthique de la discussion, ce qu'E. ILLOUZ appelle « l'ethos communicationnel » : sans lien avec ce qui nous meut (les émotions), comment se lier aux autres ? Quelles normes sociales naitraient de cette communication thérapeutique ?

B, Les prescriptions socioprofessionnelles

Diagnostics et prescriptions fournies par la communication thérapeutique sont identifiés comme des leviers en entreprise, où le manager, formaté aussi par la psychologisation, ancien ingénieur devenu médiateur social[1200], en voie de féminisation[1201], nous dit E. ILLOUZ, mobilise ces outils dans sa gestion des ressources humaines, dont la finalité n'est rien d'autre que la performance économique[1202] : les séquences de team building ou de remobilisation, les leçons de coaching remplacent aujourd'hui les formations à la PNL ou à l'analyse transactionnelle. De même, les entretiens annuels d'évaluation (EAE), les bilans de compétences se déroulent selon des formulaires standardisés permettant la saisie des réponses *a posteriori* dans le logiciel de RH.

1199 Voir ILLOUZ, 2006 : 41 et suivantes. Voir également MARTIN-JUCHAT, 2008, *op. cit.*

1200 « Le manager de la nouvelle idéologie du management apparaissait comme un être rationnel, responsable et prévisible, l'incarnation de nouvelles règles de standardisation et de rationalisation. Les ingénieurs avaient tendance à voir dans les hommes des machines et dans l'entreprise un système impersonnel qu'ils avaient pour mission de faire fonctionner. Cette vision des choses laisse cependant de côté un élément important : parallèlement à la rhétorique des ingénieurs, un autre discours apparut, celui des psychologues, qui attachait une grande importance à l'individu, à la dimension irrationnelle des relations de travail et aux sentiments des travailleurs », (ILLOUZ, 2006 : 30-31)

1201 « En requérant du manager qu'il mobilise ses capacités intellectuelles et affectives pour s'identifier au point de vue des autres, "l'éthos communicationnel" a rapproché le moi du manager du modèle féminin traditionnel. Plus exactement, l'éthos de la communication brouille les distinctions entre les genres en invitant les hommes et les femmes à rester maîtres de leurs sentiments négatifs, à être affables, à se voir avec le regard des autres et à développer leurs capacités d'empathie. », (ILLOUZ, 2006 : 50)

1202 « Le langage de l'affectivité et celui de l'efficacité économique étaient en train de se mélanger étroitement, chacun déteignant sur l'autre. », (ILLOUZ, 2006 : 35)

Sur le site de la formation continue pour les salariés mis en place par la CCI Grenoble, nous pouvons lire que l'un des objectifs de la journée de formation sur les EAE doit amener à « considérer l'évaluation comme un acte de management » et doit conduire au « développement personnel du collaborateur » : pour ce faire, le stagiaire apprendra « la stratégie du questionnement ; l'argumentation et le traitement des objections ; l'écoute et la reformulation ; la communication non verbale : gestes, ton, attitude » afin de « générer la confiance pendant l'entretien »[1203].

Dans le domaine des progiciels, la compréhension, l'appropriation de tels dispositifs (type *groupware*) requiert chez les salariés utilisateurs des compétences nouvelles. Il s'agit de maitriser les interfaces, les fonctions et les logiques de l'outil ainsi que son insertion et son rôle dans l'ensemble des processus de production ou d'administration. La plupart du temps, des formations sont dispensées aux salariés pour les accompagner dans le changement. Parfois, le *groupware* dispose d'un espace documentaire riche en ressources didactiques, mettant en abime l'appropriation de l'outil. D'autres fois, c'est un espace de conversation qui est offert aux usagers, constitués en communautés de pratiques ou réseaux d'experts.

L'apparition des réseaux socionumériques et la massification de leur usage en contexte professionnel a amené les formateurs à fournir des prescriptions d'usage : les chartes d'établissement scolaire ont été re-rédigées en vue d'intégrer ces outils[1204], auxquelles se réfère le brevet B2I[1205]. De même, certains établissements ont mené des actions de sensibilisation à cet égard : néanmoins, c'est le discours de la peur qui prévaut : jusqu'au lycée, les actions menées à l'égard des réseaux socionumériques se font toujours en référence au cyber-harcèlement ; post bac, la sensibilisation concerne l'espionnage industriel[1206]. Nous citons en guise d'exemple le guide du bon usage des médias sociaux proposé par la Marine nationale[1207].

1203 <www.groupeformation.fr/entreprises/formations/entreprise-3870-0-l-entretien-annuel.html>

1204 Le site EduScol propose un guide de rédaction des chartes informatique, basé sur 3 axes : le rapport à l'information (recherche outillée), l'inscription de ce rapport dans un cadre plus large (prévention du copier-coller, respect de la vie privée), l'inscription du dispositif au sein de l'établissement dans un dispositif plus englobant (rectorat, Ministère). De nombreux exemples sont fournis. Source : <eduscol.education.fr/cid57095/charte-d-usage-des-tic.html>

1205 Le brevet informatique et internet est un dispositif attestant qu'élèves, collégiens et lycéens ont les compétences pour manipuler et tirer profit d'un environnement informatique, source : <eduscol.education.fr/cid46073/b2i.html>

1206 Au sein d'une école de management, nous avons contribué à la composition d'un cours intitulé Management stratégique de l'information, visant à fournir à des étudiants en 1ère année d'école supérieure de commerce, les outils méthodologiques pour une recherche d'information orientée vers leurs études et leurs futurs métiers. L'équipe chargée de réaliser ce nouveau cours était composée de veilleurs et de chercheurs en système d'information. Parmi ceux-ci, certains étaient diplômés de l'école de guerre économique : ils ont proposé – et

Ill. n° 25 : Le guide de bon usage des médias sociaux de la marine nationale

De même, nous donnons en référence le guide du bon sens numérique publié par l'assureur AXA, renvoyant aux stratégies des industries de la certification d'identité et de la réputation présentées au chapitre 3[1208]. Nous voyons dans l'énumération des conseils une forme de mode procédural :

leur proposition a été retenue – que la sensibilisation aux réseaux socionumériques soit animée par des agents de la DCRI.

1207 <www.defense.gouv.fr/guide-medias-sociaux/telecharger.pdf>

1208 <www.axaprevention.fr/Documents/fichiers_pdf/guide_2012_clients.pdf>

Ill. n° 26 : Le guide AXA du bon sens numérique

Inscrit dans l'habitus managérial, ces pratiques sont instillées dès les référentiels de formation professionnelle, prescrites par les manuels scolaires (qui usent des encarts et des cas pratiques, des photos en situation et des témoignages pour marquer l'importance de l'approche psychothérapeutique).

Au niveau opérationnel, le mode procédural engage aussi le technicien (par exemple, un titulaire du BTS) dans son rapport à l'autre, par le biais d'un séquençage dans ses actions de communication.

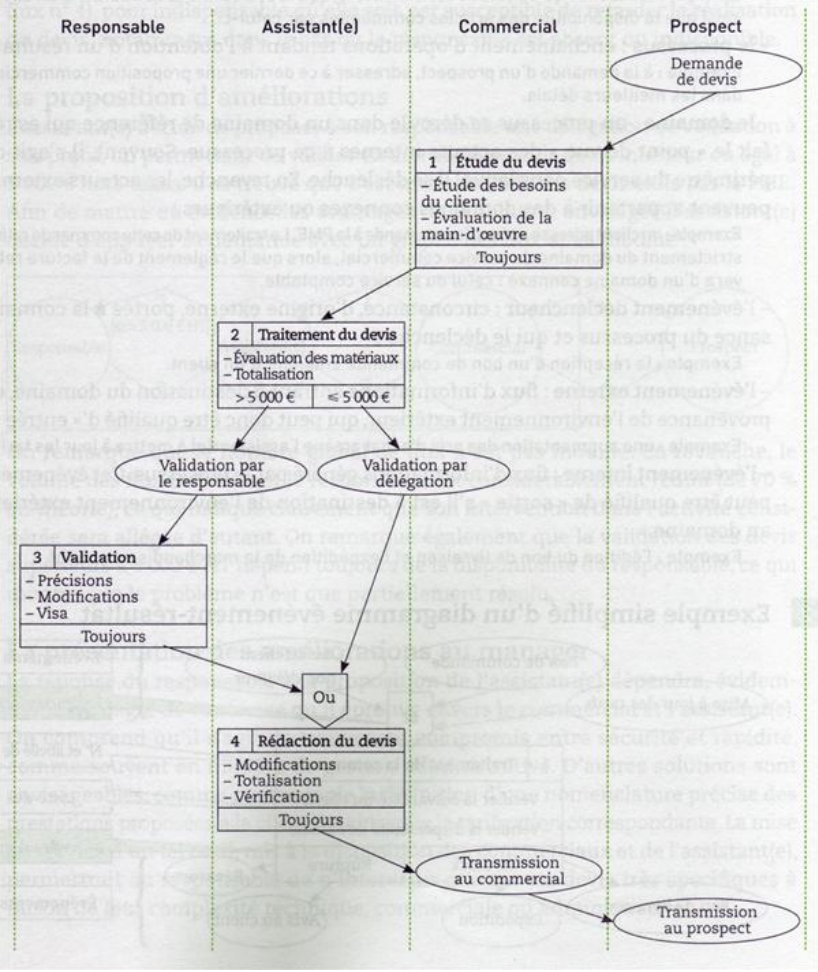
L'un des applications les plus typiques prend forme dans les plateformes d'appel téléphonique (les *call-center*) et dans les activités d'assistance administrative ou commerciale (AG, AM)[1209].

> « La conversation avec le client doit être rapidement référée à un "script", qui sera ensuite lu mot à mot par l'opérateur. Ce dernier peut-être sanctionné lorsqu'il "sort" du script, ne serait-ce que pour faire une réponse intelligente ou compassionnelle à son client. Ainsi, les "amorces", réponses aux questions et autres formules de civilités sont prévues en amont de la conversation. Les phrases sont "déclenchées" en fonction de l'attitude du client ou de ses questions. Finalement ces scripts sont des manières de "tayloriser" la conversation : celle-ci est découpée en unités de base et exécutée »[1210]

Dans le domaine de l'enseignement professionnel, ces scripts suivent des scénarios nommés logigramme ou ordinogramme de programmation. Nous en fournissons un exemple dans l'Ill. n° 27.

[1209] Aujourd'hui nommé assistante, dans un espace de nom antérieur les mêmes activités et rôle dans l'entreprise se nommaient secrétaire (qui enregistre les secrets, qui est tenu au secret) ou standardiste (qui tient le standard téléphonique, ou qui reproduit des standards comportementaux ?). Pour ses activités, et l'instrumentalisation de la communication dans les métiers de service, voir chapitre 5, section 2.2B.2

[1210] DUJARIER A.-M., *Le travail du consommateur*, Paris : La Découverte, 2008. Citation p.27 reprise dans ILLOUZ, 2006



Ill. n° 27 : Diagramme événement - résultat

Un diagramme événement – résultat est un mode opératoire d'un processus à l'intérieur d'un système d'informations : il permet de séquencer les activités selon des entrants, traités avec des opérateurs booléens (ET/OU), et produisant des sortants qui seront autant de déclencheurs dans d'autres activités ou processus. Cette mise en forme des *input/output* est typique du modèle systémique, assumé dans les référentiels et les manuels[1211]. Elle se retrouve à côté d'autres prescriptions comportementales (dont certaines déjà mentionnées au chapitre 5) ou organisationnelles. Nous en présentons deux exemples à valeur symptomatique.

- Au niveau comportemental : la méthode d'écoute active est utilisée dans les entretiens et, en cours, dans les sketches de négociation commerciale (BTS MUC/NRC, IFC – les filières commerciales du chapitre 5). Elle reformule le

[1211] Voir annexe 31 : chapitre 1 de l'ouvrage *Gestion du Système d'Information*, Paris : Foucher, 2008

document qu'E. ILLOUZ reproduit pages 32-33. Ce guide d'entretien a été développé par Elton Mayo, psychanalyste psychologue du travail : « Un certain nombre de règles destinés à guider la personne menant l'entretien dans son travail furent donc établies. Ces règles étaient à peu près les suivantes : 1, Accordez toute votre attention à la personne interrogée, et montrez-lui que vous lui accordez toute votre attention ; 2, Écoutez, ne parlez pas ; 3, Ne discutez jamais ; ne donnez jamais de conseil ; 4, Écoutez ce qu'elle veut dire, ce qu'elle ne veut pas dire, ce qu'elle ne peut pas dire sans y être aidée ; 5, pendant votre écoute, définissez provisoirement … le profil (personnel) qui exposé devant vous ; 6, Souvenez-vous que tout ce qui est dit doit être considéré comme une confidence personnelle et ne doit être divulgué à personne ». Si ce guide est d'abord destiné au psychologue en situation, nous le retrouvons également dans le rapport vendeur / client, et surtout nous pouvons considérer que si le point 3 est l'antithèse de l'éthique de la discussion, le point 5 compose un dispositif identitaire et le point 6 un cadre privatif.

- Au niveau organisationnel, écoute active et procédure se retrouvent dans les réunions de salariés et managers, ces derniers puisant dans leur approche psychologique pour se situer dans un rapport paritaire avec leurs collaborateurs (dont l'émergence du terme est d'ailleurs un signe). D'un point de vue procédural, ces réunions sont des jalons dans la gestion d'un projet ou d'un service : ils s'inscrivent dans un procès à moyen terme, séquencé par un logiciel d'ordonnancement (diagramme de Gantt) et illustré par un plastigramme (*PowerPoint*). L'intervenant puise dans ses cours de communication orale pour assurer sa prestation devant un public[1212] ; en mode « collaboratif », il se situe dans une discussion dont la finalité est double, comme la contrainte : participer à une synergie et manifester sa singularité. Là aussi, ce processus est institutionnalisé en formation professionnelle : déjà en 2004, Patrice FLICHY notait, à propos de l'individualisme connecté (double contrainte) que « l'échange horizontal d'informations ou de conseils [cercles de qualité, groupes d'expression, boîte à idées] est une pratique particulièrement développée chez les salariés les plus jeunes », (FLICHY, 2004 : 23).

[1212] Pour rappel, nous avons assuré des formations en entreprise et en BTS sur l'ensemble de ce processus pendant plus de 10 ans.

Dans la même dynamique que celle remarquée par N. ELIAS, ces pratiques semblent passer des classes supérieures aux autres classes sociales : des multinationales ayant le budget pour SAP aux PME disposant d'un PGI, des ingénieurs conseils aux assistants d'une PME. La phase suivante semble en cours d'institution. L'exemple des ***twitter classes***[1213] montre comment les TIC et les réseaux socionumériques s'inscrivent de plus en plus tôt dans la scolarité.

Dans le cadre de notre enquête, nous nous étions intéressés à l'usage de ces procédures en entreprise, avec le calcul d'un taux d'automatisation basé sur les outils procéduraux de ***Facebook*** (marquage automatique des photos [Q39], liste d'amis [Q58]) que nous avions comparé à l'usage de procédures en entreprise [Q12]. Ceux qui, dans le trimestre précédent, avaient mis en place, appris ou appliqué une procédure étaient légèrement plus utilisateur des outils d'automatisation de ***Facebook*** (+2,29%) : cette corrélation nous parait trop faible pour valider l'hypothèse d'une portabilité d'un agir procédural dans les normes d'action communicationnelle. Le questionnaire toutefois souffrait de quelques biais qui nous invitent à concevoir, dans une période à venir, un autre dispositif d'enquête.

De même, les logigrammes illustrant ou préconisant les usages de ***Facebook*** sont nombreux sur le web, si quelques-uns se cantonnent à une approche pédagogique, beaucoup jouent sur le registre de l'humour ou du pur formalisme infographique[1214].

[1213] Les ***twitter classes*** ont été initiées, en France, par Laurence Juin, professeur des lycées, enseignant le Français et l'Histoire-géo en Bac Pro, <maonziemeannee.wordpress.com> et au primaire, Amandine Terrier et Bertrand Formet (responsable TICE sur l'Académie), <amandineter.free.fr/Journal_Twitter_Cycle_3/Journal/Journal.html>. La première avait démarré l'expérience dans le cadre de ces cours, pour redonner le goût de lecture et le sens de l'écriture à ces élèves ; Amandine Terrier, quant à elle, a expérimenté l'apprentissage de l'écriture et de la lecture ***via Twitter***, mais surtout sa dimension normative (rédaction d'une charte pour les élèves) et socialisatrice (le village de Crotenay où enseigne Amandine est perdu au fin fond du Jura). Lors des voyages scolaires, la socialisation revêt une importance autant égale que la découverte d'un endroit ; afin de couper le cordon avec les parents, tout en les rassurant, une boîte vocale leur est souvent mise à disposition. C'est à l'occasion d'un tel déplacement à Paris avec sa classe qu'Amandine Terrier avait eu l'idée de remplacer la boite vocale par un compte ***Twitter***.
J'avais rencontré le trio à Besançon (CdB, 11/05/2011) en compagnie de Christelle Membrey-Bézier, <christellemembrey.com>, chargée de Mission DSI au Ministère de l'éducation nationale, spécialisée dans l'innovation pédagogique (notamment à travers le CLEMI Dijon, au sein duquel elle a initié des blogs de collégiens), puis aux journées de Tramelan (CdB, 04/02/2012). Ils racontaient comment les enfants jouaient aux échecs avec d'autres classes, les échanges qu'ils avaient avec d'autres départements. D'autres outils numériques d'apprentissage en primaire m'ont également été donnés à découvrir, comme la tortue logo, programme de géométrie et de commande numérique qu'il est possible d'interfacer avec Twitter, <tortue-logo.fr/fr/tortue-logo>. Depuis, Amandine et Bertrand ont été reçus au Ministère de l'Éducation nationale afin de présenter le bilan des ***twitter classes*** (Bertrand en tient le compte sur <twittclasses.posterous.com>.
De par la fonction de prescription qu'elles peuvent avoir à la fois auprès des lycéens et des cadres ministériels, nous pensons que cette tendance, participant à une nétiquette de ***Twitter*** et des réseaux socionumériques, tend à s'ancrer dans les pratiques, obligeant les usagers à faire montre de leur identité réelle

[1214] Voir quelques exemples en annexe 32.

3.2, L'affect entre marchandise et compétence

La lente composition de cette boite à outils, et la portabilité de son application entre les sphères privées et professionnelles, révèle selon nous des enjeux de nature ontologique et sociaux, et ce en empruntant plusieurs approche, en termes de gestion, de capacitation et de marchandisation de soi. Les réseaux socionumériques, et plus globalement les dispositifs de communication médiatisée par ordinateur, relaient des discours allant dans ce sens

A, La gestion de la réputation

La méthode thérapeutique qu'aborde Eva ILLOUZ repose sur « la volonté de gérer ses sentiments en recourant à des procédés d'expression », mais en les mettant ainsi à distance, « elle transforme aussi ces émotions en objets extérieurs au sujet, qu'il faut surveiller et contrôler », (2006 : 70). C'est là selon nous un autre moteur de l'économie de la réputation, et une preuve de la transversalité de l'agir rationnel dans le domaine de la communication. En effet, il existe en ligne de très nombreux sites professionnels vantant la nécessité se surveiller sa réputation numérique, de gérer sa e-reputation : les méthodes qu'ils proposent sont les mêmes que celles appliquées en entreprise, ce qui d'ailleurs serait un gage de leur fiabilité[1215]. Ainsi, un processus de veille en entreprise serait applicable à l'être humain. Ce mouvement ne serait pas imputable à des tendances du type 2.0 : la première nétiquette est effectivement un document produit en 1995 par l'IETF[1216], dans les RSN, les normes d'action communicationnelles sur les sites web sont définies par les

[1215] « L'e-réputation, aussi appelée net réputation, web réputation, cyber-réputation ou réputation numérique, est composée par l'image que vont se faire les internautes en accédant en ligne aux divers contenus qui sont disponibles sur un individu, un produit, une marque, une entreprise », <www.net-offensive.com/gestion-e-reputation/e-reputation.html > ; Émilie Ogez, consultant marketing, <fr.slideshare.net/eogez/grer-son-identit-numrique-et-surveiller-sa-erputation-lheure-du-web-20> ; « Il est possible pour une société ou un individu d'améliorer sa visibilité sur le Net et bâtir une image positive. Par contre, il est presque impossible de contrôler sur Internet ce qui peut se dire sur un individu ou une société par une entité tierce », <www.marketing-professionnel.fr/outil-marketing/outils-gratuits-surveillance-e-reputation.html> ; agence de marketing, sans distinction entre individu et entreprise, <outspokenmedia.com/guides/orm-guide> ; <www.reputationsquad.com> offre ses services de veille et nettoyage de la réputation aussi bien aux entreprises, à leurs dirigeants qu'aux particuliers ; <www.youseemii.fr> offre des fonctions de monitoring de la réputation pour les sociétés et les individus ; <www.blogkaralys.com/2011/04/e-reputation-de-lindividu-et-des.html >, dont le titre complet est « E-reputation de l'individu et des entreprises : contexte et outils » ; Voir également la note n°803 sur les conseils de *faceworking* (gestion de la face) dans *Twitter*

[1216] <tools.ietf.org/html/rfc1855>, dans sa version française : <www.ccr.jussieu.fr/dsi/doc/divers/Netiquette.htm>

opérateurs[1217]. Reproduites par les internautes, même partiellement, elles formeraient un espace de réception de la réputation valant cette fois prescription non d'un comportement d'achat, mais d'un comportement social. « La facilité d'accès à la réputation des autres crée un cercle vertueux de "bonne conduite" dans les transactions. Dans l'économie réputationnelle, le jugement des autres est la première source d'information sur le marché », (ORIGGI, 2007 : 19). Mais de quel marché s'agit-il ?

B, Le personal branding

En empruntant à l'entreprise des méthodes de gestion, les finalités économiques glissent à destination des individus : la considération de l'espace social comme un espace concurrentiel, soumis aux règles du marché, est dorénavant celle qu'emprunteraient les individus. Dans cette logique, il faudrait s'interroger sur le processus de marchandisation de soi. Durant les dernières décennies, la détérioration du marché de l'emploi a conduit les individus à une historiographie de leurs compétences et de leurs carrières professionnelles : le ***curriculum vitae***, document de singularisation dans le dispositif identitaire, s'est vu compléter par les techniques de recherche d'emploi, puis par la mutation de la démarche du fait des réseaux professionnels numériques (***LinkedIn***, ***Viadeo***) et des possibilités formelles et énonciatives des documents hypertextes : ainsi du portfolio numérique, permettant de regrouper titres, compétences, parcours, expériences, et autres documents produits tout au long de la vie, y compris dans le domaine extra-professionnel. Cette section existait déjà dans le CV : les centres d'intérêts et autres hobbies contiennent la dimension affective du candidat[1218].

Le contexte numérique est réputé informationnellement dense : la terminologie alterne entre infobésité et économie de l'attention. En effet, il serait difficile aujourd'hui simplement d'entrer en contact avec une personne située hors contexte (un « recruteur »). La convocation de la sociologie des réseaux sociaux vient expliquer comment les liens faibles peuvent devenir une opportunité en

[1217] Sur ***Facebook***, il est question des standards de la communauté, nous savons cependant que les modalités de gouvernance font que dans la pratique, seuls les opérateurs de ***Facebook*** décident (chapitre 2, section 2..2D et principalement la n°286), <www.facebook.com/communitystandards>. Pour ***Twitter*** : <support.twitter.com/articles/75576-les-regles-de-twitter>

[1218] Le site <doyoubuzz.fr> permet de réaliser des portfolios numériques. Également formateur en TRE, nous avons été amenés à prescrire ces usages dans de nombreuses formations et autres conseils informels, en BTS, en business school et ailleurs : nous avons ainsi appris à nombre de futurs diplômés « comment se vendre sur le marché du travail ». Voir annexe 17 pour les supports. Nous avions signalé dans la note n°488 un projet européen de standardisation du ***e-portfolio***, grandement basé sur l'enrichissement par métadonnées.

comblant les trous structurels de son propre graphe social : solliciter une mise en relation avec un « ami » permettrait de composer une chaine, à la façon de la théorie du petit monde, jusqu'à de potentiels chasseurs de têtes. ***LinkedIn*** joue sur ces références dans ces discours et dans ces fonctionnalités affichées en ***front-end***, avec le 1er cercle de relation (liens directs) et le 2nd, 3ème, etc. (liens indirects)[1219]. Afin de franchir les différents cercles, des « stratégies de réseautage » sont proposées aux chercheurs d'emploi ou d'opportunités. De même, des accompagnements peuvent leur être proposés, en gestion de l'image, du comportement, de la prise de parole. Le jargon a vu apparaitre le terme de ***personal branding***, ainsi que celui de coach personnel attaché à la mission, et au client[1220]. L'idée générale est de « se vivre et se promouvoir comme une marque vivante ». Nous relayons ici la définition qu'en donne Fadhila Brahimi :

> L' Art de se différencier et de promouvoir sa singularité en utilisant tous les outils de communication pour projeter un message et une image cohérents dans le but d'atteindre un objectif dédié.
> Sortir de l'anonymat et se démarquer pour faire la différence et susciter de l'intérêt en valorisant son Identité de Marque (Personnalité, valeurs, talents, etc.) et en diffusant l'image de sa Marque Personnelle dans la vie réelle et sur le Web pour promouvoir son projet de vie professionnelle.
> Le Personal Branding, est un concept qui réunit plusieurs disciplines (connaissance de soi, marketing-communication et Web social).
> C'est une transposition des techniques de la Marque Entreprise appliquées par les acteurs du monde du spectacle dans le monde de l'Entreprise en général propulsée à la fois par les outils du Web 2.0 et les changements sociétales.
> Pour qui ?
> Toutes les personnes désireuses de cultiver, affirmer et promouvoir leur particularité dans leurs vies professionnelles et sociales.
> Pourquoi ?

[1219] En partenariat avec l'équipe de Vincent Blondel, <perso.uclouvain.be/vincent.blondel> et sa méthode de Louvain <en.wikipedia.org/wiki/Community_structure#The_Louvain_method>, le département ***LinkedIn Analytics*** a développé une application de visualisation du graphe social, permettant de regrouper en cluster les différents cercles sociaux du membre, <inmaps.linkedinlabs.com/network>. Voir en annexe 33 pour une illustration.

[1220] En France, Olivier Zara ou Fadhila Brahimi se sont fait les importateurs et relais des prescriptions du gourou américain du personal branding, Dan Schawbel. F. Brahimi a adapté son principal ouvrage, ***Moi 2.0***, sous-titré « Devenez l'entrepreneur de votre propre vie », Paris : Leduc, 2011. Voir <www.blogpersonalbranding.com>

> Non pour être célèbre. Bien que ce ne soit pas exclu. Votre marque personnelle est votre plus grand atout; elle assoit votre réputation.
> C'est avant tout pour vous ! Construire et faire vivre sa marque personnelle pour vous connecter avec vos propres motivations et vos potentiels.[1221]

Parmi les sites supports d'un tel projet, ***Facebook*** arrive en première position, d'une part en raison de sa large adoption sociale, d'autre part en raison de la migration des fonctions éditoriales à destination des entreprises. Ici, c'est le chemin inverse qui s'est déroulé : prévu au départ comme un annuaire universitaire officieux en mode endogène (le titulaire crée son profil), la création du module Page a permis aux entreprises de se créer un espace de réception à l'intérieur du site web. La proposition a été faite aux individus de transformer leur profil en page, tout en précisant bien ultérieurement que les pages sont à destination des entités commerciales : techniquement, c'est la contrepartie du bouton J'aime, la destination du « signe passeur »[1222].

Google+, malgré son premier rejet des entreprises lors de l'application de la règle d'une inscription en nom réel (chapitre 3, section 3.3B), a depuis opté pour l'intégration des entreprises dans son réseau social, avec le même nivèlement des entités. Nous présentons ci-dessous des extraits du message publié par Vic Gundotra (VP Ingénierie et chef de projet sur G+) ; nous invitons à surveiller le glissement référentiel du sujet (de l'utilisateur à l'entrepreneur) et du complément d'objet (de l'entreprise au client) :

> « Dans notre vie, nous créons des liens avec toutes sortes de choses : nos proches, bien entendu, mais également les équipes sportives que nous soutenons, les cafés que nous fréquentons, les causes que nous défendons et les émissions de télévision que nous ne raterions pour rien au monde… et bien d'autres encore. Jusqu'à présent, Google+ avait pour principale mission de vous aider à entrer en contact avec d'autres personnes. Désormais, nous voulons également vous aider à établir des relations avec toutes les choses qui comptent pour vous, depuis la boutique du coin de la rue jusqu'à des marques d'envergure internationale. Après tout, derrière chaque page (ou devanture de magasin, ou berline quatre portes) se cache un groupe de passionnés, et nous pensons que vous méritez de pouvoir, vous aussi, nouer des relations avec eux.

[1221] <www.blogpersonalbranding.com/guides-ressources/definition/definition-personal-branding-marque-personnel>
[1222] Auparavant baptisé ***Like Page***, puis ***Fan Page***, voir <www.facebook.com/help/pages/about>

Pour vous et moi, cela signifie que nous pouvons désormais communiquer en direct (et en vidéo) avec le boulanger du quartier, parler chiffons avec notre marque de vêtements préférée, ou bien encore suivre un groupe de rock en tournée. Les pages Google+ donnent vie à tout ce qui fait notre quotidien. Et en les ajoutant à des cercles, nous pouvons tisser des liens durables avec les pages (et les personnes) qui comptent le plus pour nous. Pour les entreprises et les marques, les pages Google+ sont un moyen d'échanger avec vos clients les plus fidèles. Au-delà de la possibilité pour eux de vous recommander au travers d'un +1 ou de vous ajouter à un cercle afin de suivre vos informations sur le long terme, il leur sera en effet possible d'échanger directement en vidéo avec votre équipe, en "face à face à face". [C'est ici que s'opère le basculement] Pour ce faire, il vous suffit simplement de commencer à partager : vous serez vite rejoints par vos clients fidèles ou par vos plus grands fans, qui sont impatients d'échanger avec vous. Des milliards de recherches sont effectuées chaque jour sur Google, et très souvent, elles ont trait à des entreprises ou à des marques. Aujourd'hui, le lancement des pages Google+ peut permettre aux internautes de transformer ces requêtes en connexions qui leur seront utiles. Nous lançons donc pour ce faire deux façons d'ajouter des pages à des cercles depuis les résultats de recherche de Google. Le premier consiste à inclure des pages Google+ au sein de ces résultats de recherche, et le second est une fonctionnalité appelée "Direct Connect". [Nouvelle bascule] Supposons, par exemple, que vous soyez en train de visionner la bande annonce d'un film très attendu, ou que vous veniez d'apprendre que votre groupe de rock préféré passe dans votre ville. Dans les deux cas, vous n'avez qu'une envie : établir le contact sans attendre. Avec Direct Connect, c'est facile - et même automatique - …Avec Google+, nous faisons de notre mieux pour apporter à l'univers numérique les nuances et les richesses du partage tel que nous le connaissons dans "la vraie vie". Le lancement des pages Google+ nous rapproche aujourd'hui un peu plus du but, mais beaucoup d'autres améliorations sont à venir, et nous avons encore un bon chemin à faire avant de pouvoir nous reposer. Comptez sur nous pour vous tenir informés ! »[1223]

[1223] <googlefrance.blogspot.fr/2011/11/pages-google-rapprochez-vous-de-tout-ce.html>

L'application des méthodes de valorisation propres aux entreprise est pleinement assumée par les promoteurs du personal branding, et ce faisant, ils valident également l'appréciation de l'humain à l'aune des valeurs de l'économie d'entreprise : instrumentalisation de la communication d'une part[1224], dans la lignée du paradigme cybernétique ; réification marchande, dans celle du rationalisme[1225]. Ce faisant, s'outiller pour se démarquer dans un environnement réputé concurrentiel opère un glissement dans les registres d'action : l'intersubjectivité se retrouve sous l'emprise des normes d'action propre à l'économie marchande. C'est en fait une conséquence logique de l'économie marchande, explique F. MARTIN-JUCHAT : depuis SMITH, les affects sont réifiés en capital émotionnel, en intention d'achat, en produits, en messages publicitaires et autres prescriptions, en valeur monétaire. En bout de piste, le capitalisme nous fait croire que nous ne pouvons nous accomplir qu'en consommant, y compris soi-même. C'est exactement le but énoncé dans le message de Vic Gundotra : satisfaire l'envie d'« établir le contact sans attendre… avec toutes les choses qui comptent, depuis la boutique du coin de la rue jusqu'à des marques d'envergure internationale ».

Or, comme tout capital requiert des compétences pour le gérer, nous pensons que l'accès, l'apprentissage et la capacité à reconduire ces normes d'action communicationnelle dans l'agir individuel créeraient une hiérarchisation sociale : comme la communication thérapeutique est entrelacée au management, comme la société rationnelle-capitaliste l'est avec les sentiments, les managers qui sont également les agents dominants de la société seraient les seuls à même de maitriser les codes de la communication thérapeutique[1226]. Il y aurait ainsi ceux qui savent gérer leurs émotions, canaliser leurs sentiments, ceux qui veillent à leur réputation, se construisent une Page Facebook, ont des stratégies de réseautage, et tous les autres, illégitimes dans l'espace commun parce qu'inapte à « faire avec » leur singularité. Ils n'auraient alors d'autre choix que d'entrée dans la spirale du silence comportemental.

[1224] « Le personal branding reconduit l'illusion d'une communication instrumentalisée, où la personne est une marque qu'on façonne à volonté avec des outils qu'on dominerait. C'est oublier que le numérique n'est plus un médium parmi d'autres, mais un écosystème que nul ne saurait manipuler en surplomb », MERZEAU, 2010

[1225] « La réification est une aliénation attachée au fétichisme de la marchandise. La marchandisation est un processus de rationalisation investissant toutes les sphères de la vie », LUKACS G., ***Histoire et conscience de classe***, Paris : Minuit, 1960

[1226] ILLOUZ, 2006 : 133-135

C, Le lissage comportemental

Réputation et sanction vont de paire, et cette paire est relative au contexte : en contexte marchand, les sanctions sont économiques, en contexte marchand régulé, les sanctions sont aussi légales. En contexte social, les sanctions sont sociales : réprobation, bannissement ; elles sont également intériorisées dans les sentiments de honte. En contexte numérique, les sanctions sont souples, parce les liens sociaux le sont également, nous dit Antonio CASILLI.

> « Une sanction souple (...) peut suffire pour compenser tout écart de la norme : (...) la structure normative du web reposant sur des liens faibles, des sanctions souples, que l'on pourrait qualifier de faibles, sont naturellement à même de la préserver », 2010 : 315

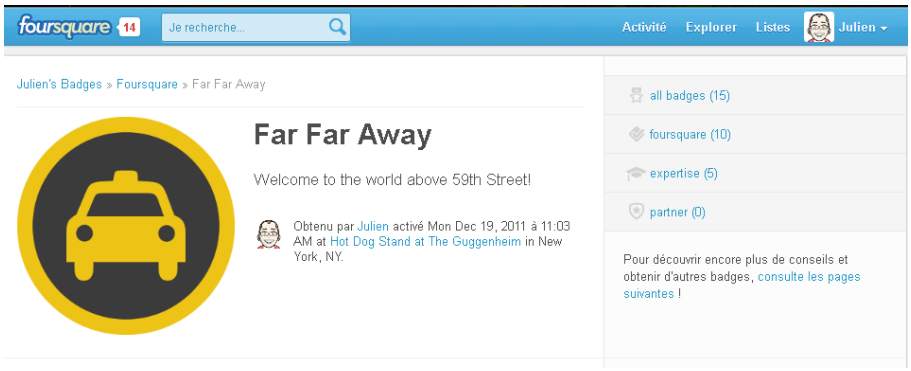
Cependant, les liens forts du contrat de surveillance mutuelle ont la même fonction normative : l'espace anecdotique n'est pas exempt de sanctions quand les contenus extimés ne sont pas validés par les récipiendaires, c'est le revers du contrat de surveillance (chapitre 6). Nous pensons qu'il peut s'agir d'une sanction immatérielle qui suivrait celles décrites par FOUCAULT dans ***Surveiller et punir*** (1975). Ainsi, en regard de l'emprise des normes d'action instrumentalisées et des modèles socio-économiques des dispositifs identitaires, il nous semble plus opportun dans cette section de nous intéresser aux sanctions imposées par les ***front-ends*** des sites de socialisation. À cet égard, le sociologue A. CASILLI est plus désenchanté :

> « Les réseaux actuels devraient être considérés comme d'impitoyables systèmes de répression de tout espace d'autonomie. Ils mettent en scène le spectacle d'une surveillance continuelle et, face à la moindre déviance, celui d'une sanction rétroactive et virtuellement imprescriptible. », CASILLI, 2010 : 115

En repartant des signes passeurs des sites de socialisation, nous proposons de poursuivre les politiques informationnelles dans la perspective d'une mise en relation des enjeux ontologiques, économiques et sociopolitiques.

C.1 Côté front-end

L'application Foursquare propose de signaler en ligne la fréquentation d'un lieu[1227] : l'utilisateur disposant d'un téléphone mobile équipé d'une puce GPS se géolocalise et à force de répétition peut obtenir soit un titre honorifique (il devient « maire » de l'endroit) soit un badge thématique : aventurier, explorateur, fêtard, etc. Le mode d'attribution des badges est tenu secret[1228].



Ill. n° 28 : Badge de Foursquare

Combinée à la rétro-ingénierie de ce secret, l'enquête ethnométhodologique de l'anthropologue Alicia MARWICK l'a amenée à utiliser et suivre des utilisateurs de l'application : elle a cherché à voir leur rapport au système de gratification de type maire/badges. Elle en conclut que, par les systèmes de classification et catégorisation, Foursquare prescrit des formes de comportement orientées vers la vie nocturne, la fête, la culture urbaine, et moins vers le travail, la culture traditionnelle ou intellectuelle (MARWICK, 2008). Cela va dans le sens de ce que Patrice FLICHY signalait à propos des innovateurs : par leur imaginaire sociotechnique et leur monde vécu, ils instillent dans le cadre de fonctionnement des éléments socioculturels qui leur sont propres. La sociabilité des ingénieurs de la *Silicon Valley* se retrouve dans le cadre participatif des progiciels et autres réseaux socionumériques (FLICHY, 2004).

Ainsi, malgré les multiples sollicitations des abonnés du site, Mark Zuckerberg et son équipe de développeurs n'ont jamais installé la contrepartie du bouton « J'aime », même si, dans un entretien

1227 <fr.foursquare.com>
1228 "*It's more fun that way*", <support.foursquare.com/entries/214581-earning-badges>

accordé à la chaine ABC[1229], il avoue y réfléchir : deux hypothèses peuvent expliquer ce refus, soit il s'agit de ne pas implémenter dans le système des actes menaçants la face d'autrui (hypothèse microsociale), ou celle des marques présentes (hypothèse économique). Si cette dernière hypothèse peut d'emblée être retenue, il convient de revenir sur la première. En effet, il ne faut pas oublier la philosophie qu'affiche Mark Zuckerberg : dans la même interview, le "*founding father*" de *Facebook* avoue être un constructeur, la devise de Facebook étant de « donner aux gens le pouvoir de partager et faire le monde plus ouvert et connecté »[1230]. Or, en plus de la clôture par la représentativité dans le modèle conceptuel, le cadre de fonctionnement détermine également la façon dont les individus vont pouvoir gérer leurs faces, avec un abord seulement par la face positive, ce qui produit selon nous un biais dans l'intersubjectivation : en effet les deux faces sont dans un rapport de codétermination, elles sont aussi utiles l'une que l'autre. En effet, dans la théorie linguistique de la politesse, la face négative contient les territoires du moi protégés par des droits (les normes sociales) alors que la face positive désigne les territoires sciemment construits et présentés aux autres. Dès lors, ces droits sont relégués à un tiers opérateur privé, déterminant de ce fait ce qui peut sortir du territoire, ou dit autrement ce que le titulaire peut présenter aux autres.

L'intersubjectivation relevant toujours de l'expérimentation, surtout dans le cadre du projet identitaire, et plus encore chez les adolescents et les jeunes adultes (et finalement tout ceux menant une « vie liquide »), la possibilité de rencontrer l'autre, en ligne, de s'interfacer dans un dispositif de production éditoriale de contenus anecdotiques, se retrouve grandement cadrer par l'offre de service des sites de socialisation, et cela malgré le vœu de rendre « le monde plus ouvert et connecté ». Plus encore, au-delà du seul phénomène de la rencontre médiatisée, les enjeux doivent s'apprécier dans un temps long.

C.2 Côté back-end

Au niveau des politiques informationnelles en arrière-plan, la question technique de la mémoire informatique mène à la question légale du droit à l'oubli.

> « D'ici trente ans, nous pourrions être à même de revenir en arrière dans le temps pour examiner tout mouvement effectué par tout candidat politique dans son jeune âge », (TUFEKCI, 2008, *op. cit.* repris dans CASILLI, 2010 : 115)

[1229] Entretien accordé à Diane Sawyer, ABC, 21/07/2010, <abcnews.go.com/WNT/video/Zuckerberg-dislike-button-works-11221793>

[1230] "*Facebook's mission is to give people the power to share and make the world more open and connected*", <www.facebook.com/Facebook/info>

Ici, la contemporanéité de la recherche et de l'objet empêche de postuler ou valider n'importe quelle hypothèse relative à des usages à venir de données personnelles produites des années auparavant. Néanmoins, de rares exemples, médiatisés, montrent que les pratiques qui pourraient advenir sont systématiquement sanctionnées. Nous en donnons deux exemples.

L'affaire Marc L*** désigne un article de Raphaël Meltz publié dans la revue Le Tigre en novembre 2008[1231]. En voici l'accroche :

> « Bon anniversaire, Marc. Le 5 décembre 2008, tu fêteras tes vingt-neuf ans. Tu permets qu'on se tutoie, Marc ? Tu ne me connais pas, c'est vrai. Mais moi, je te connais très bien. C'est sur toi qu'est tombée la (mal)chance d'être le premier portrait Google du Tigre. Une rubrique toute simple : on prend un anonyme et on raconte sa vie grâce à toutes les traces qu'il a laissées, volontairement ou non sur Internet. Comment ça, un message se cache derrière l'idée de cette rubrique ? Évidemment : l'idée qu'on ne fait pas vraiment attention aux informations privées disponibles sur Internet, et que, une fois synthétisées, elles prennent soudain un relief inquiétant. Mais sache que j'ai plongé dans ta vie sans arrière-pensée : j'adore rencontrer des inconnus. Je préfère te prévenir : ce sera violemment impudique, à l'opposé de tout ce qu'on défend dans Le Tigre. Mais c'est pour la bonne cause ; et puis, après tout, c'est de ta faute : tu n'avais qu'à faire attention »

Et le journaliste de fouiller les sites de partage de médias ou de socialisation (***Flickr***, ***Facebook***, ***Youtube***), mais également les archives numériques que la presse quotidienne régionale met en ligne ; il arrive ainsi à retracer la vie de Marc L. sur deux décennies, au travail, à l'étranger, dans la vie privée. La divulgation fait grand bruit (jusqu'à mériter un sujet dans le 20h de ***TF1***) [1232] et sera l'un des premiers jalons d'interrogations sociétales à venir, tant au niveau des pratiques journalistiques (l'article sera le seul de la rubrique, R. Meltz ne renouvelant pas l'expérience)[1233] qu'individuelles (Marc L. avoue avoir tout effacé et paramétrer ses comptes de manière beaucoup moins permissives).

1231 <www.le-tigre.net/Marc-L.html>

1232 À l'époque, nous avions établi une revue de presse de l'affaire, <www.identites-numeriques.net/18-01-2009/articles-abordant-laffaire-marc-l>

1233 R. Meltz revient sur l'emballement médiatique de l'affaire, <www.le-tigre.net/Marc-L-Genese-d-un-buzz-mediatique.html>

Un mois après, Alex Türk, président de la CNIL, raconte dans une interview au journal La Provence, la mésaventure d'un candidat à l'emploi qui s'est vu présenter une photo de ses fesses par son recruteur : photo trouvée sur ***Facebook***, est-il alors préciser[1234]. Rapidement, les syndicats professionnels des métiers du recrutement s'attèlent à encadre l'exploitation des données provenant des réseaux socionumériques. L'association ***À compétence égale***, regroupant un nombre important de cabinet de recrutement[1235], arrive à leur faire signer une charte « Réseaux sociaux, Internet, vie privée et recrutement »[1236], leur enjoignant de « ne pas utiliser ces réseaux sociaux à des fins d'enquête sur des candidats, ni collecter d'informations d'ordre personnel, voire intime, même si elles sont rendues accessibles par les utilisateurs eux-mêmes, ce qui serait constitutif d'une intrusion dans leur sphère privée et une source potentielle de discrimination ».

Pourtant, les limitations que se fixent journalistes, recruteurs et individus sont contraires à ce que les dirigeants de ces réseaux sociaux estiment être la définition de la vie privée et des comportements à avoir en ligne. Tandis que les premiers se fixent des limites dans l'espace de réception, les seconds estiment que les limites doivent se situer dans l'espace de production (qu'ils maitrisent).

> "***If you have something that you don't want anyone to know, maybe you shouldn't be doing it in the first place***", Eric E. Schmidt, CEO de ***Google***[1237]

Ainsi, le risque à long terme, pour lequel on sait la difficulté à le concevoir cognitivement, devrait inciter les membres des réseaux socionumériques à une autocontrainte dans leur production de contenus anecdotiques de peur que, ***ex post***, hors contexte, le caractère expérimental propre à leur projet identitaire de l'époque, ne soit mal interprété : dans ce cas, il serait nécessaire de modérer ***ex ante*** le comportement, et non son éditorialisation. Sinon, les gens peuvent toujours changer de nom à leur majorité, propose E. Schmidt[1238]. Ainsi, le dispositif technique d'entreprises privées participe à la dynamique d'incorporation des normes sociales, et des autocontraintes qui en découlent. En tant qu'acteurs dominants du web, et plus généralement des ICIC/ICIR, ces

1234 <www.laprovence.com/article/france/fichiers-nouvelles-technologies-internet-la-fin-de-la-vie-privee>
1235 <www.acompetenceegale.com/netkali/netkali.aspx?IdItem=121>
1236 <www.acompetenceegale.com/netkali/netkali.aspx?IdItem=106>
1237 « S'il y a quelque chose que vous ne voulez pas qu'on sache, peut-être qu'en premier lieu vous ne devriez pas le faire », ***Huffington Post***, 27/12/2009, <www.huffingtonpost.com/2009/12/07/google-ceo-on-privacy-if_n_383105.html>
1238 « Chaque jeune personne aura un jour le droit de changer automatiquement son nom à l'âge adulte pour désavouer le bon temps qu'il a pris et qui est conservé sur le Mur des amis », Wall Street Journal, 14/0/2010, <online.wsj.com/article/SB10001424052748704901104575423294099527212.html>

entreprises prennent place dans les classes supérieures et jouent dans le procès de civilisation le rôle de prescripteurs pour les autres classes sociales.

Toutefois, estimant que seule la technologie est à même de suivre les comportements sociaux, la loi ne devrait pas interférer dans la régulation de la vie privée : selon E. Schmidt, et Zuckerberg le rejoint à cet endroit, une nouvelle norme sociale prend forme, avec « une plus grande transparence et aucun anonymat »[1239]. Le fondateur de ***Facebook***, dans un entretien accordé à Michael Arrington, estime que la norme sociale évolue sans cesse et que c'est le rôle des entrepreneurs de refléter la norme en cours : considérant que l'ouverture et la connectivité des gens est la nouvelle norme, Facebook fait tout son possible pour s'y conformer[1240]. Quitte à forcer le processus normatif auprès de l'ensemble des membres inscrits sur le site : le changement des règles de confidentialité qui s'est déroulé début 2009 a ainsi occasionné de très nombreuses contestations. Le 4 février[1241], le site annonce une globalisation de la licence d'exploitation des données personnelles (« Tout ce que vous saisissez dans Facebook est la propriété de Facebook »)[1242] : une levée de boucliers, aussi bien dans la presse, les associations de défense des consommateurs ainsi que des groupes autonomes sur Facebook s'inquiètent d'un risque de mésusage des données. Au même moment, Randi Zuckerberg annonce au Forum économique mondial de Davos que ***Facebook*** possède la plus importante base de données comportementales au monde, et qu'elle peut intéresser les entreprises[1243]. Le 16 février, Mark Zuckerberg rédige un article sur le blog de Facebook pour expliquer le bienfondé – technique – des nouvelles règles[1244]. Le 18 février, il annonce au même endroit l'abandon des règles, en raison d'une incompréhension majeure, et le retour aux conditions

1239 ***Conférence Techonomy***, aout 2010, Californie, <news.cnet.com/8301-13860_3-20012704-56.html>

1240 ***ReadWriteWeb***, 09/01/2010, <www.readwriteweb.com/archives/facebooks_zuckerberg_says_the_age_of_privacy_is_ov.php>

1241 <blog.facebook.com/blog.php?post=50531412130>

1242 « Par la présente, vous accordez à Facebook une licence irrévocable, perpétuelle, non-exclusive, transférable, sans redevance, dans le monde entier (avec le droit de délégation) pour l'utilisation, la copie, la publication, la diffusion, la conservation, l'affichage, la numérisation, la traduction, l'adaptation, l'extraction, la fabrication de produits dérivés et la distribution (par de multiples tiers) de n'importe quel contenu produit par les services de Facebook »

1243 Randi Zuckerberg, 02/02/2009, « Facebook permettra bientôt aux multinationales de sélectionner et de cibler ses membres afin de tester leur intérêt à l'égard de nouveaux produits. Les entreprises pourront poser des questions à certains de nos membres, en fonction de critères personnels, comme le fait d'être célibataire ou marié, ou encore homosexuel ou hétérosexuel », <www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/4413483/Networking-site-cashes-in-on-friends.html>

1244 « Quand une personne partage quelque chose comme un message avec un ami, deux copies de cette information sont créées – une dans la boite d'envoi et une dans la boite de réception. Même en désactivant son compte, l'ami aura toujours une copie du message. Nous pensons que c'est la bonne façon de travailler pour Facebook, et c'est cohérent avec d'autres systèmes comme le courrier électronique », <blog.facebook.com/blog.php?post=54434097130>

précédentes en attendant de trouver une solution satisfaisante pour toutes les parties[1245]. Le 26 février[1246], *Facebook* créée un espace de concertation pour les futures conditions d'utilisation : c'est le début de la gouvernance censément copartagée[1247]. Le 2 décembre, le site propose des réglages de confidentialité affinés, Zuckerberg invitant les usagers à les paramétrer précisément selon leurs besoins, et au cas par cas. Depuis, de nouveaux guides de paramétrages sont apparus[1248].

Au printemps 2012, *Google* a suscité les mêmes inquiétudes en uniformisant les règles de confidentialité et les conditions d'usage pour l'ensemble de ses services, dans le cadre de sa politique de convergence autour de *Google Profile*[1249], mais également pour répondre à l'injonction de clarification de la FTC (chapitre 8). La Commission européenne, la CNIL et le groupe de travail de l'article 29 (les CNIL européennes)[1250] ont signalé les vives inquiétudes à l'égard de ces politiques informationnelles : elles permettraient une interconnexion de traitement, ce qui est contraire à la doctrine européenne de protection des données personnelles (chapitre 8)[1251]. Enjoint à suspendre cette mise à jour, *Google* a répondu qu'elles allaient dans le sens de la doctrine et de l'intérêt des usagers, dans le cas contraire ceux-ci sont invités à ne plus utiliser les services de l'entreprise[1252]. Il faut signaler de plus que *Google* sait très bien que le G29 et la CNIL n'ont qu'un rôle consultatif. Cette uniformisation a également provoqué des remous dans la concurrence

1245 <blog.facebook.com/blog.php?post=54746167130>

1246 <blog.facebook.com/blog.php?post=190423927130>

1247 <blog.facebook.com/blog.php?post=56566967130>. Voir le chapitre 2, section 2.2D pour la gouvernance effective de *Facebook*.

1248 Entre autres exemples : <www.commentcamarche.net/faq/27810-parametres-de-confidentialite-facebook> (un forum d'entraide informatique), <www.cases.public.lu/fr/pratique/solutions/facebook/facebook_guide.pdf> (un document émis par les services publics du Luxembourg), <www.sophos.com/fr-fr/security-news-trends/best-practices/facebook.aspx> (un éditeur de logiciels en sécurité informatique), <www.mycommunitymanager.fr/15-parametres-pour-assurer-votre-confidentialite-sur-facebook>, (un blog de marketing)

1249 « En soumettant des contenus à nos Services, par importation ou par tout autre moyen, vous accordez à Google (et à toute personne travaillant avec Google) une licence, dans le monde entier, d'utilisation, d'hébergement, de stockage, de reproduction, de modification, de création d'œuvres dérivées (des traductions, des adaptations ou d'autres modifications destinées à améliorer le fonctionnement de vos contenus par le biais de nos Services), de communication, de publication, de représentation publique, d'affichage ou de distribution public desdits contenus. Les droits que vous accordez dans le cadre de cette licence sont limités à l'exploitation, la promotion ou à l'amélioration de nos Services, ou au développement de nouveaux Services. Cette autorisation demeure pour toute la durée légale de protection de votre contenu, même si vous cessez d'utiliser nos Services (par exemple, pour une fiche d'entreprise que vous avez ajoutée à Google Maps) », <www.google.fr/intl/fr/policies/terms/regional.html>

1250 <ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/documentation/other-document/files/2012/20120202_letter_google_privacy_policy_en.pdf>

1251 Mandatée par le G29, la CNIL a adressé une lettre à Larry Page, CEO de Google, <www.cnil.fr/fileadmin/documents/en/Courrier_Google_CE121115_27-02-2012.pdf>

1252 <docs.google.com/file/d/0B8syaai6SSfiMDEyM2Q3YmEtNWUxZi00Mzc2LTljMTktZmExYjc0M2IyZWVh/edit?hl=en_US&ndplr=1>

(campagne ironique de Microsoft)[1253], au sein des associations de défense des droits civiques[1254], et jusqu'au Sénat américain[1255]. Malgré tout cela, les nouvelles règles de confidentialité sont entrées en vigueur à la date du 1er mars 2012.

Entre la stratégie du deux-pas-en-avant-un-pas-en-arrière de ***Facebook*** et le passage en force de ***Google***, la question des réglages de confidentialité, comme celle plus générale des politiques informationnelles opérant et régissant l'espace de production de contenus anecdotiques, met en relation les quatre acteurs du « modèle du salon » : le titulaire, le récipiendaire, l'opérateur et le bénéficiaire. Quand les deux derniers font des modifications dans leurs politiques informationnelles, les deux premiers manifestent leur mécontentement, équilibrant ainsi le jeu des externalités entre les acteurs. Ainsi, le "***Don't be evil***", la devise de ***Google***, s'applique aussi bien aux titulaires et récipiendaires qu'aux opérateurs et bénéficiaires.

> « Le Web relationnel créerait une sorte d'"équilibre de la terreur" dissuadant les comportements générateurs d'externalités négatives. Ainsi, une nouvelle fonctionnalité non respectueuse de la vie privée provoque généralement une chaîne de réactions collectives des individus pouvant affecter l'image de l'exploitant ou du service en cause »[1256]

Il faut cependant ajouter un cinquième acteur, les régulateurs (législateurs, défenseurs des droits civiques, journalistes, contrôleurs des données personnelles). Nous considérons alors que s'articule entre eux une configuration d'interdépendance, au sens où l'entend Norbert ELIAS, et qu'au sein de cette configuration peut émerger trois formes de régulation, légale, technique et microsociale (chapitre 8).

1253 Campagne ironique de Microsoft, dont les règles uniformisées de confidentialité sont pourtant quasi identiques, <www.lefigaro.fr/hightech/2012/02/01/01007-20120201ARTFIG00529-microsoft-s-offre-une-page-de-publicite-pour-tacler-google.php> et <privacy.microsoft.com/en-us/AdDisplay.mspx>

1254 Les interconnexions de traitement pour la recherche sociale seraient contraires à la doctrine américaine (chapitre 8) EPIC, <epic.org/2012/01/epic-urges-trade-commission-to.html>

1255 Le consentement éclairé sur les options d'adhésion ne serait pas encore déployé dans tous les services (***opt-in/opt-out***, chapitre 8),
<democrats.energycommerce.house.gov/sites/default/files/documents/Letter_Google_01.26.12.pdf>

1256 RALLET A., ROCHELANDET F., « La régulation des données personnelles face au web relationnel : une voie sans issue ? », ***Réseaux***, vol. 29, n° 167, 2011, p.19-48

Conclusion du Chapitre 7

Nous voulons revenir sur trois points développés dans ce chapitre : les rapports à l'identité, à la communication affective et à leur intrication dans des dispositifs et des logiques d'acteurs.

Le cadre de l'institution nominale permettait d'inscrire une entité dans un espace de noms (I^{ère} partie) ; le cadre de l'émancipation de soi permettait à une personne de construire un projet identitaire (II^{ème} partie). Le cadre de l'espace public donne naissance à un sujet de droit. La réunion de conditions matérielles détermine des droits individuels qui sont la condition d'accès aux processus de mise en débat du sens commun au sein de la communauté ; en cela, ces droits participent d'une discrimination sociopolitique, perpétuée jusque dans les sphères bourgeoise et contemporaine, où cette fois ce sont des conditions symboliques qui légitiment la prise de parole publique. En tant que tel, l'espace public est un « espace de construction identitaire » (BENRAHHAL & MATUSZAK) à la fois parce qu'il repose sur des « conditions d'accès » (DODIER) et qu'il produit des « identités socio-discursives » (BENRAHHAL). Considérer l'espace public comme un dispositif identitaire n'enlève rien à sa contribution à la « formation discursive de l'opinion » (HABERMAS). Au contraire, **inscrire l'identité comme critère opérant dans l'étude du champ de l'espace public permet de convoquer avec elle la dimension affective des sujets et conduit à penser en l'existence d'un espace où la dimension affective prend le chemin rationnel de l'argumentation et le chemin social de l'intersubjectivation, les deux contribuant au processus d'individuation.**

De même que l'espace public sociétal s'intercale entre l'espace public et la société civile, l'espace anecdotique s'intercale entre l'espace public et le microsocial. Dans cet espace anecdotique se déroule le chainage affectif : il prend source dans l'intimité, qui elle-même est intersubjective pour les phénomènes produits par les membres du corps social. Les contenus anecdotiques peuvent aussi s'atteler à la narration de micros phénomènes se déroulant dans un quotidien puisant à l'extérieur du champ social, c'est-à-dire l'ensemble du monde vécu (la mort de l'écureuil). La perception corporelle (DAMASIO) de ces microphénomènes du monde vécu conduit à une sémiotisation des sentiments avant de s'extimer auprès des proches (TISSERON), récipiendaires sélectionnés à qui le titulaire accorde le rôle de validateur et en même temps de verrou des expérimentations dans le domaine de l'identité et des opinions : nous avions formulé ce point dans le contrat de veillance mutuelle (chapitre 6). Cette acception de l'espace anecdotique peut être élargie comme **espace de publicisation des singularités**. Cependant, il ne faut pas s'attendre à

une quelconque valeur politique dans cet espace : c'est d'abord un espace d'intersubjectivation avant d'être celui de la délibération, c'est d'abord un espace égocentré, ou situé au seul niveau microsocial ; l'orientation vers le sens commun et le bien commun n'apparait que dans l'espace sociétal et l'espace public.

Cependant, l'emprise des logiques socio-économiques sur l'espace public (provoquant « contamination » et « dégénérescence ») se retrouve également dans les dispositifs accueillant un espace anecdotique : les réseaux socionumériques sont d'abord des services offerts par des entreprises privées. Si la rationalité occupe la partie aval du chainage affectif, c'est aussi parce que la rationalisation s'applique au cadre de fonctionnement des dispositifs de son instanciation (modèle conceptuel et modèle du salon, chapitres 2 et 3). Ceux-ci opèrent une détermination certaine dans les usages des réseaux socionumériques : par les politiques informationnelles mises en place, *Google* ou *Facebook* contribuent à la mutation des registres d'action communicationnelle, de même que les emprunts au mode procédural de l'entreprise ou des psychothérapeutes. Au final, les pratiques microsociales propres à l'espace anecdotique se retrouvent sous la coupe de compétences à finalité marchande et à enjeux sociopolitiques, en créant une hiérarchisation par la capacité pour le sujet à gérer son affectivité. Placé sous le prisme du commerce et de ses règles, avec le risque que les externalités négatives se déploient dans le champ social, les individus sont amenés à faire profil bas dans leur expressivité, reconduisant à la fois le consensus de l'espace public (HABERMAS) et l'autocontrainte du procès de civilisation (ELIAS). De par cette contamination de l'agir communicationnel, il y a selon nous risque d'affaiblissement de la transduction requise par le processus d'individuation (SIMONDON).

En conclusion, il nous semble que s'ouvrent à nous deux pistes de travail, suivies d'une réflexion articulant méthode et éthique, questions de recherche et questions de société :

- rendre plus robuste le dispositif de recherche (observer le chainage des contenus anecdotiques jusqu'à la délibération publique, nécessitant à nouveau d'être multi-situé et immergé) et le cadre théorique en allant plus en profondeur derrière les notions-écrans ;
- articuler le partenariat entre espace anecdotique (EA) et espace public de la même manière que nous avons articulé le partenariat entre industries de la certification d'identité et de la réputation (ICIR) et les industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC), et de manière transversale un partenariat entre EA et ICIR ;

La modélisation de l'espace anecdotique amène aussi bien à le considérer comme l'actualisation du chainage affectif dans la formation des opinions qu'à constater dans la foulée l'instrumentalisation de son registre d'actions communicationnelles. Prise ainsi, cette proposition pourrait contribuer à l'analyse critique des effets du capitalisme telle que la conçoivent des chercheurs comme Eva ILLOUZ ou Fabienne MARTIN-JUCHAT dans le registre de la communication affective, ou d'autres dans la filiation de la théorie critique de l'École de Francfort. Ces critiques oscillent également entre discours savants et discours militants, en écho à l'une de nos interrogations méthodologiques (chapitre 5, section 1.2A.1 : distance éthique entre le sujet chercheur et son identification aux enjeux).

Chapitre 8

LES FORMES DE RÉGULATION DE LA VIE PRIVÉE

What happens in Vegas,
Stays in Vegas

Campagne de publicité pour Las Vegas, Nevada, USA[1257]

Alors que les pratiques sociales instanciées dans les réseaux socionumériques sont multi-situées puisqu'en référence avec une histoire interactionnelle (voir chapitre 6), le traitement informatique opéré relève quant à lui d'une décontextualisation (voir chapitre 3). De là viennent des tensions dialectiques propres aux dispositifs identitaires en mode endogène (section 1) et c'est en regard de cette « contamination » par les normes et les modèles économiques et techniques et dans la perspective de **faire correspondre les données et les contextes** que plusieurs formes de régulation se mettent en place.

Nous considérons qu'au sein et autour de l'espace de médiation des contenus anecdotiques, borné d'une part par l'espace de production propre au titulaire et l'espace de réception propre aux récipiendaires, s'opèrent des réajustements, quel que soit le dispositif instanciant cette médiation (ou médiatisation quand les processus d'identification et de socialisation qui nous intéressent ici se déroulent en ligne ou par ordinateur). Ainsi, nous entendons bien traiter ici de la régulation comme d'une médiation entre des corps sociaux : au niveau micro et langagier, entre titulaire énonciateur et récipiendaires énonciataires, au niveau méso et technico-juridique, entre acteurs économiques éditeurs de solutions logicielles et instances législatives. Ainsi, les régulations de la vie privée mobilisent plusieurs niveaux, plusieurs acteurs, plusieurs types de pratiques parce que les espaces-temps de la vie privée sont multi-situés, encore plus dans une dynamique adossée à des dispositifs numériques et connectés, ce que danah BOYD appelle un « monde de flux », (2009). C'est en cela que nous proposons de considérer **la vie privée comme une configuration sociotechnique**, au sens que Franck REBILLARD lui donne en reconstruisant le terme à partir des avancées de Norbert ELIAS et Patrice FLICHY (section 2).

[1257] Campagne réalisée par ***R&R Partners***, pour le ***Las Vegas Convention and Visitors Authority***, reprise comme slogan du film ***The Hangover*** (***Very Bad Trip*** en français), réal. : T. Phillips, 2009, ***Warner Bros***

Au-delà d'une considération de la vie privée ancrée dans les réseaux socionumériques, nous proposons d'élargir le champ de nos réflexions à un niveau méta, et puiser dans ce que l'analyse des pratiques en cours au sein de tels dispositifs nous apporte pour la compréhension des enjeux liés aux médiations de l'identité et de la vie privée (indépendamment de tout dispositif de médiatisation). Le fruit de cette généralisation réside dans le concept que nous voulons proposer de **cadre privatif comme ensemble de contraintes identitaires pour la médiation d'une subjectivité située** (section 3).

1. Les tensions dialectiques des dispositifs identitaires

Nous proposons de regrouper les notions abordées et les concepts construits précédemment afin de cristalliser le type de dispositif que sont les réseaux socionumériques. Parmi ces RSN, nous pensons plus particulièrement à *Facebook* et *Google+*, même si chacun dispose d'une genèse différente, le premier comme trombinoscope officieux, le second comme additif à un moteur de recherche. Les RSN localisés comme *Bebo*, *Hi5* (Amérique du Sud), *VKontakte* (Russie), *Friendster* (Asie du Sud Est) font également partis de la liste, ainsi que les sites chinois[1258]. Par contre, nous excluons les autres réseaux socionumériques de type microblog (*Twitter*), plateformes de partage (*Flickr*, *DeviantArt*, *Last.fm*, *YouTube*, *MySpace*) et de connaissances (*Wikipedia*), en fonction de leur orientation (non réciprocité des liens), de la nature de leur espace de production (140 caractères) et de leur spécificité thématique (musicale, encyclopédique, artistique, filmique, etc..). Ces sites néanmoins mettent en jeu des processus d'identification et de socialisation, des espaces de production éditoriales, des sas, des API, etc. Ainsi, certains critères de regroupement seront applicables singulièrement.

À partir de ce regroupement, nous cherchons à circonscrire les rapports que ces dispositifs entretiennent avec les données personnelles, l'identité et la vie privée, dégageant les enjeux ontologiques, économiques et sociopolitiques qui leur sont propres. Pour conclure, nous proposerons de synthétiser définitions et enjeux autour de trois dialectiques propres à chaque enjeu (ontologique, économique et sociopolitique).

[1258] <sina.com>, <qq.com>, <renren.com>, <douban.com>

1.1, Les modes de communication des RSN

Roger ODIN repère dans les espaces de communication plusieurs modes de considération d'une production culturelle, que l'on se situe dans l'espace de production (un réalisateur qui voudrait faire un documentaire) ou dans l'espace de réception (un spectateur qui va s'identifier dans une scène, se l'approprier et l'interpréter selon un mode peut-être différent de celui prévu par son auteur). Ces modes sont articulés autour de quatre critères : des processus (dans la construction de l'énoncé), des structures (dans l'organisation de l'énoncé), des valeurs (dans les contenus de l'énoncé), des identités (chez l'énonciateur). De plus, ces modes sont combinables : une œuvre peut combiner plusieurs modes, dans ces séquences en production, ou dans la pluralité de ses espaces en réception. Ce modèle, basé au départ sur un corpus filmique, propose d'associer à la fois une couche sémiotique, immanente, propre à la matérialité de l'objet de communication (située dans l'espace de production et se référant aux intentions de l'énonciateur), et une couche pragmatique, située dans l'espace de réception, propre à l'herméneutique des allocutaires. Comme R. ODIN le signale à plusieurs reprises, ce modèle peut servir d'heuristique pour d'autres objets que les œuvres cinématographiques : il donne l'exemple de comédies musicales, ou de *Facebook*. Invité donc à considérer les sites de socialisation à travers la grille de lecture des modes de communication, et en regroupant les différents niveaux d'observation que nous avons emprunté tout au long de notre travail, nous proposons maintenant de combiner les différents modes de communication identifiés au sein de *Facebook*, en débarrassant du référentiel cinématographique propre à l'auteur. De manière arbitraire, nous proposons un parcours du mode documentarisant, avec l'à priori de l'évidence, jusqu'au mode moralisant, avec l'à priori de l'hypothèse (nous renvoyons au chapitre 1 pour la présentation des modes, et à l'ouvrage d'origine pour leur développement : nous en rappellerons seulement le numéro de page entre parenthèses).

Les RSN opèrent en *mode documentarisant* (page 58 dans l'ouvrage de R. ODIN) en produisant à un niveau discursif (un discours sur soi) des informations (les données personnelles) sans contrainte sur la forme (tous les paradigmes de données, tous les modèles sémantiques se valent dans la mesure où ils sont interopérables). Cependant, deux biais apparaissent.

- *Primo*, il y a « construction d'un énonciateur réel interrogeable en termes d'identité, de faire et de vérité » : c'est le titulaire. On peut l'admettre si l'on considère que la politique d'inscription en nom réel est respectée, l'énonciateur s'exprimant en son nom propre, délaissant le pseudonyme. De même sa présentation de soi est *a minima* « sans fard », satisfaisant d'abord aux conditions de vérité de l'énonciation : les pratiques de quantification de soi peuvent satisfaire à ces conditions. Dans l'espace de réception des productions éditoriales, les agents logiciels capturant les données

peuvent considérer que les conditions de vérité sont respectées (l'inscription en nom propre), les assurant alors de la véracité de l'identité et du faire, de l'être et de l'agir qu'ils enregistrent dans leurs bases de données. Cependant, nous avons constaté l'usage de pseudonymes, de faux profils (trash ou lisse) ; nous savons qu'*a minima* il y a mise en scène de soi, que l'agir dramaturgique transfigure la face et que la présentation de soi est toujours une re-présentation, une interprétation de son propre monde vécu ; de l'autre côté, cette face fait partie de soi, nous dit GOFFMAN, si elle met à distance, elle satisfait néanmoins les conditions de vérité dans l'interrogation de l'énonciateur : il est réel. Enfin, l'analyse du constructivisme dans les modèles sémantiques relativise grandement la tenue des conditions de vérité : elles sont partielles et seulement en référence à l'interprétation du monde vécu par les concepteurs, dès l'espace de production. Ainsi, il y a contrainte d'abord sur le modèle sémantique contenu dans la politique informationnelle située en arrière-plan (vocabulaire, espace de noms, schéma de classification et d'écriture des données), puis sur la politique de surface avec l'interface (et ses multiples modifications)

- *Deuxio*, le niveau affectif n'est pas déterminé, précise Roger ODIN. Soit l'on considère que les sites de socialisation relèvent d'un modèle de capture, et sont « agnostiques » (AGRE, 2003), nous pourrions dire ici désaffecté par le niveau discursif, mis à distance par le rapport numérique/quantitatif, mais l'objection précédente du constructivisme présent à la racine des dispositifs empêche toute forme de considération « agnostique » de ces dispositifs. Soit nous considérons – cette fois dans le cadre d'usage ou espace de production des énonciateurs – que le niveau affectif propre aux espaces anecdotiques empêche de considérer exclusivement les RSN selon le mode documentarisant : non seulement il y a une subjectivité à l'œuvre dans la démarche de production éditoriale, de par son substrat affectif, mais il y a de surcroit un projet d'expérimentation sur la posture identitaire.

Ainsi, le double constructivisme (des concepteurs et des usagers) annulent l'acception agnostique du dispositif. L'équation d'AGRE s'inverse alors et nous devons reconsidérer la dynamique de surveillance présente dans les dispositifs et les pratiques.

En attendant, d'autres modes sont convoqués dans les espaces de production et de réception des sites de socialisation et de leurs usagers. Nous l'avons vu (supra et dans le chapitre 7), le ***mode discursif*** (p.112) est débrayé par l'espace anecdotique : il apparait en aval du chainage affectif. Le ***mode spectacularisant*** (p.51) provient de l'enchevêtrement de cadres visuels, de l'interface du site aux bordures de l'écran. Il met à distance tout en fixant le « message-cadre » de l'espace de

réception : il est sans cesse refaçonné par les designers de Facebook (la *Timeline*/Journal en étant la dernière forme).

Le *mode du témoignage* (p.98) est celui que R. ODIN illustre avec *Facebook* : il y a prédominance de structures narratives, investissement personnel extrêmement fort, et construction d'un énonciateur sous la forme du « Je ». Proche de ce mode, celui de l'authenticité renvoie à l'autoréalisation et à la construction d'un énonciateur réel, « comme moi » explique l'auteur. Les exemples issus du corpus montrent cependant que la forme du « Je » n'est pas si omniprésente. Ainsi, la grande majorité des statuts collectés sont soit sous la forme impersonnelle (aucun pronom) soit mis à distance par l'usage de pronoms à la 3ème personne (comme Anaïs). Quelques rares individus par contre emploient quasi exclusivement des pronoms à la 1ère personne (comme Bérénice) ou alternent entre les deux (comme Aline).

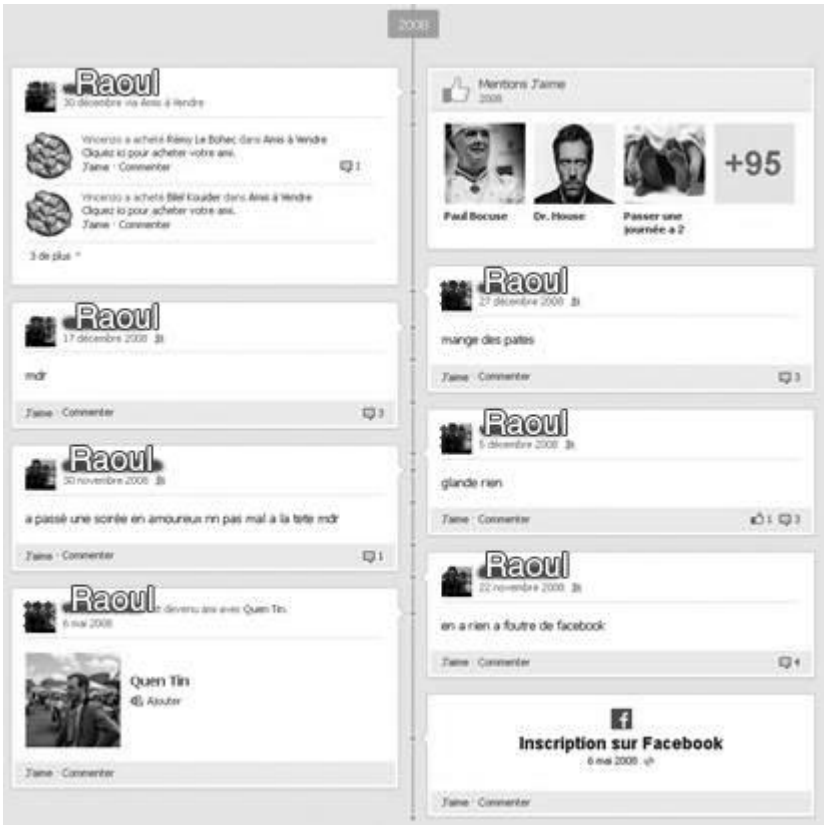
Extrait n° 16 : Anaïs : C010 - Bérénice : A003 - Aline : B054

Nous convoquerons plus tard deux modes spécifiques pour lesquels l'auteur consacre quelques pages. Le *mode intime* (p.89) est un discours intérieur, non externalisé : l'extimité élimine donc ce mode de communication dans les RSN. Par contre, R. ODIN lui associe le *mode privé* (89) où la communication est extériorisée dans une structure déterminée (la famille dans le film de famille, les amis dans les RSN). La définition de la structure au sein de laquelle l'énonciateur décide de partager ses productions équivaut à ce que nous appelons le « cadre privatif », nous y reviendrons dans la dernière section.

Le *mode fictionnalisant* (p.60) prend forme dans le profil quand il incarne une part d'imaginaire ou de représentation de soi, avec le pseudonyme, la photo de profil, les renseignements d'inscription et les statuts : il s'agit d'un récit de soi, réaliste comme avec Anaïs (exemples ci-dessus) ou Albert (voir Extrait n° 3) ou fantasque comme avec Chita Boulette (l'alter ego d'Albert).

Extrait n° 17 : Chita Boulette

Les pratiques de narration sur un temps moyen, propre à l'ipséité de l'identité narrative construisent une diégèse de soi, accélérée formellement par le *mode énergétique* (p.53) du rythme et de la mise en page du fil d'actualité et plus encore de la *Timeline*. Il est possible que ce récit se structure autour de valeurs, un discours empruntant alors le *mode fabulisant* (p.61) : nous en trouvons trace dans les profils « professionnels », chez les artistes qui se servent de leur profil comme galerie ou comme atelier, nous sommes alors dans les modes artistiques ou esthétiques : la poursuite d'une attitude « cool » ou « trash » renvoie aussi l'énonciateur à un ensemble de valeurs avec ou contre lesquelles il se construit (comme avec Raoul).



Extrait n° 18 : La timeline de Raoul en mode fabulisant

Les photos narcissiques et les galeries construites en ce sens relèvent de ces modes, de même que les jeux avec la photo de couverture ou les multiples changements de photos de profil. Chez les apprentis, les valeurs de l'amitié, de la famille sont trop ancrées dans le réel pour relevées d'un *mode fabulisant* : elles appartiennent au *mode moralisant* (p.58) dans l'espace de production des usagers. Nous estimons que le cadre de fonctionnement des réseaux socionumériques, et les dispositifs identitaires produit un espace moralisant à la fois dans le modèle sémantique et dans l'imposition de registres d'action : c'est pourquoi nous parlons d'un « **mode moralisant appauvri** » par le constructivisme.

Les réseaux socionumériques sont des dispositifs de capture en mode endogène, où le titulaire est l'opérateur de la saisie de ses propres données personnelles. Les traitements opérés *a posteriori* sur les données amènent à considérer ces dispositifs à travers le mode documentarisant de Roger ODIN : cette appellation rejoint évidemment celle de la documentarisation développée dans le cadre de la théorie du document, par Roger T. PÉDAUQUE et ses contributeurs, M. ZACKLAD, J.-M. SALAÜN ou O. ERTZSCHEID. Nous appelons « **mode documentarisant enrichi** » la combinaison de plusieurs techniques et pratiques informationnelles : l'enrichissement des saisies endogènes par

des métadonnées ; leur traduction à travers des langages formels (du web sémantique) rendant possible leurs transferts d'un opérateur à un autre (*via* les API) ; les capacités de calcul et d'inférences ; la pratique de commensuration convertissant le qualitatif dans une échelle de valeurs et un espace de noms standards ; l'enrichissement exogène par des tiers *via* l'apposition de sceaux d'approbation (KLEIN & SHEARMUR). Ce faisant, le **mode documentarisant enrichi** par la documentarisation met à niveau toutes les productions éditoriales réalisées au sein des réseaux socionumériques. Mais, si en première lecture, ces éléments techniques, complétés par les discours de neutralité des concepteurs, contribuent à définir les réseaux socionumériques comme des modèles de capture en mode endogène, l'analyse du cadre de fonctionnement (modèle conceptuel de l'espace de production) et du cadre d'usage (cadre participatif de l'espace de réception) les oriente principalement vers le modèle de surveillance : ils passeraient ainsi d'un mode documentarisant à un mode moralisant, tel que nous allons le voir dans la section suivante.

1.2, De la capture à la surveillance

Par l'intérêt qu'elle porte à l'énonciateur et des récepteurs, la sémio-pragmatique se concentre plus sur la paire titulaire-récipiendaire, même si le cadre de fonctionnement est parfois abordé (dans les modes spectacularisant ou énergisant) ; nous proposons alors de l'articuler avec les approches centrées sur les dispositifs incluant les autres acteurs de l'énonciation éditoriale et du modèle du salon.

En effet, Philip AGRE notait qu'au-delà du déploiement d'un dispositif de capture (en cinq étapes), les usagers en venaient à manifester des arrangements dans leur rapport pratique au dispositif, ce qui conduisait l'auteur à considérer les dispositifs de capture comme relevant de la catégorie des « objets-frontières » (GRIESEMER & STAR), où le syndrome transcontextuel conduirait à une performativité – dans les deux sens : des concepteurs vers les utilisateurs, et retour : repris dans la sociologie de l'innovation de P. FLICHY, cela revient à considérer que le cadre d'usage peut avoir des incidences sur le cadre de fonctionnement, l'analyse des usages donnant naissance à de nouveaux services (ce qui dans le jeu concurrentiel amène *Google* à développer son propre réseau socionumérique, ou *Facebook* à copier *Twitter*). En considérant les réseaux socionumériques à travers le spectre du modèle de capture, nous avons été également amenés à considérer de nombreux arrangements, à la fois dans le cadre de fonctionnement et dans celui de l'usage.

- des processus peuvent être mal perçus dans la modélisation des interactions par les concepteurs du dispositif comme dans les usages *a posteriori* : les représentations

sociales de la vie privée peuvent différer d'un cadre à l'autre, d'une aire culturelle à une autre ;

- les phases d'imposition et instrumentation modifient l'activité capturée : la nécessité d'atomiser et d'encoder dans des langages formels réduit la représentativité tout en l'articulant aux finalités économiques. Il importe peu finalement que le monde vécu soit représenté en intégralité dans la base de données ou dans des triplets, même si cette tendance se consolide à chaque transaction – tant que les inférences conduisent les titulaires dans un processus de consommation. Au niveau des usages, l'agir communicationnel du projet identitaire emprunte à la rationalisation ses registres d'action réifiant les phénomènes de l'être et de l'agir en données, puis en marchandise ;
- des processus multipliant les sceaux ou signes passeurs d'approbation sont ajoutés pour rendre possible la capture et la valorisation d'un historique valué (c'est le cas notamment du modèle des verbes d'action développé par *Facebook*, voir chapitre 2) ;
- des processus sont raccourcis ou transformés pour être mieux encodés, le nivèlement se situant dans le réductionnisme des modèles sémantiques (choix des propriétés ou des prédicats) ;
- des objets techniques sont ajoutés aux processus notamment dans l'offre et l'achat d'applications ou d'appareils mobiles dont la couche logicielle est interfacée avec les ensembles de données des sites de socialisation ;
- des agents peuvent modifier leur comportement afin qu'il corresponde à ce qu'ils se représentent être la réalité à capturer ou l'agir à tenir dans les RSN, conduisant soit à surjouer leur présentation de soi (notamment par l'acquisition de compétences communicationnelles/comportementales comme la reconduction d'actes flatteurs de la face du locuteur ou de l'allocutaire), soit à suivre la spirale du silence comportemental (par crainte des possibles rétroactions qu'ils se représentent et dont ils anticipent le coût) ;
- des agents peuvent modifier leur comportement pour que les données capturées correspondent à leur finalité (détournement, profit) : idem, tout ce qui relève du *personal branding* et du marketing de soi. À l'inverse, le refus d'être photographié pour éviter que cela ne soit mis en ligne ;
- la finalité du dispositif peut être détournée pour des raisons politiques en systématisant le cadre de l'institution nominale et sa prévention de l'anomalie, notamment en imposant l'usage de l'identité civile.

Ainsi, nous constatons un glissement dans le modèle de la capture : réputé agnostique et amoral, une revalorisation à la fois par la considération constructiviste du modèle sémantique, par la contamination des registres d'action et par l'imposition de normes sociales amènent à **reconsidérer les réseaux socionumériques comme des dispositifs de surveillance**, non à des fins politiciennes ou commerciales (faire du chiffre dans la lutte contre la délinquance et l'immigration ou dans la prospection et la vente), mais **dans la tendance plus globale du procès de civilisation visant à réduire la dimension affective dans les relations interindividuelles**. Les comportements qui se situeraient à la marge de cette politesse se verraient sévèrement sanctionnés selon plusieurs modalités : pour l'heure, il s'agit d'une part ruptures familiales, amicales ou amoureuses, et dans une moindre mesure, de faits divers révélant suicides et crimes, d'autre part, de discrimination par les prix, de médiatisations de mauvaises réputations, d'interdiction d'accès à des services commerciaux. Les dérives historiques signalées par SELTZER & ANDERSON (2001), si elles prennent corps dans des organes publics, n'en restent pas moins le fait d'opérateurs des dispositifs dont le zèle, l'opportunisme ou le défaut de vigilance ont abouti aux pires génocides de l'Histoire humaine. La délégation de ces dispositifs à des acteurs privés, qui eux-mêmes relèguent dans la chaine de valeur les différentes étapes de l'énonciation éditoriale de soi à des micro acteurs, pourrait aboutir à ce que les agents opérateurs de ces entreprises soient sujet à des comportements similaires. Le fait que ces opérateurs soient pour partie des agents logiciels multipliant les biais du modèle de capture ne peut que surmultiplier les risques de dérives : après tout, c'est un algorithme qui a banni les utilisateurs de *Google+*.

2. La vie privée comme configuration

Ce parcours rétrospectif des dispositifs identitaires met en tension le mode documentarisant enrichi et le mode moralisant appauvri : cela nous amène à considérer trois dialectiques propres aux syndromes transcontextuels de la vie privée. Les enjeux que soulèvent ces tensions dialectiques devraient nous amener à reconsidérer les approches en termes de régulation de la vie privée.

- *Enjeux ontologiques* : la reconduction de registres d'action conformes à l'opérationnalisation des dispositifs identitaires (mode documentarisant enrichi, mode procédural) et aux finalités des bénéficiaires (marchandisation, lissage comportemental) contribue à la rationalisation de l'agir communicationnel, accentuant le déséquilibre au sein du chainage affectif et susceptible de provoquer

des modifications dans le projet identitaire, y compris dans l'exacerbation de comportements à la marge des normes sociales.

- *Enjeux économiques* : l'industrialisation du traitement des données personnelles est animée par les logiques socio-économiques d'une filière centrée sur la certification d'identité et sur la réputation. Les inférences de recommandations sociales et commerciales ne sont pertinentes que si elles prennent source au plus près des titulaires : pour les opérateurs, cela se traduit par une intrusion dans la vie privée ; pour les titulaires, cela se traduit par une sélection des récipiendaires.
- *Enjeux sociopolitiques* : la privatisation du cadre de l'institution nominale conditionne l'accès à l'espace public. Il conduit à l'aménagement d'un espace anecdotique pour les locuteurs illégitimes, pour leurs audiences et pour les contenus anecdotiques qu'ils s'échangent. C'est dans ces espaces de communication que se forge le processus d'industrialisation des données personnelles.

Dans chacun de ces enjeux se signalent à la fois la nécessité d'une ouverture et d'une clôture des espaces de production et de réception des données personnelles. La régulation de ces flux se réalise déjà selon plusieurs modes : par un corpus réglementaire, par les usages, par les lois du marché, et enfin par une combinaison des trois modes. Pour Alain RALLET et Fabrice ROCHELANDET, qui travaillent sur l'économie des données personnelles et de la vie privée, la difficulté d'établir une régulation dans ce domaine tient à la nécessité d'arbitrer « entre, d'un côté, les libertés fondamentales des individus et les impératifs sociaux comme l'ordre public et, de l'autre, la nécessité de préserver l'innovation, non restreinte ici à la technologie, mais élargie à toute forme de changements socio-économiques » (2011 : 19-48).

Dans le cadre de la préservation de l'ordre public, le corpus juridique semble « inadéquat » aux yeux des auteurs, « du fait du processus législatif ou administratif, unilatéral ou émanant de groupes de pression, donc trop laxiste ou trop restrictif ». Nous pensons que l'inadéquation tient surtout du délai d'élaboration d'un texte de loi dans les procédures législatives, créant un décalage fort entre le pays réel et le pays légal, temps dans lequel des pratiques et des usages peuvent s'ancrer plus fermement. De plus, s'il est vrai que les groupes de pression interfèrent dans l'élaboration du corpus réglementaire, il est également possible de les voir comme des contributeurs, le processus quittant le mode unilatéral pour entrer dans celui de la configuration, selon le sens que lui donne Norbert ELIAS (voir chapitre 1, section 1.1C). Enfin, l'alternance entre laxisme et sévérité peut aussi s'apprécier comme les tentatives de borner des représentations de la vie privée : nous constatons en effet un cycle historique allant de lois favorables à une plus grande exploitation des données personnelles à d'autres textes favorables à leur préservation (section 2.1).

Cette ventricularité serait le signe d'une reconfiguration des acteurs et des postures d'acteurs engagés dans la régulation de la vie privée, notamment par l'inclusion plus grande des pratiques en situation (section 2.2).

Dans le cadre de l'économie libérale, le marché serait l'agent régulateur de la circulation des données à caractère personnel à travers les processus d'innovation, faisant apparaitre de nouvelles normes sociales et techniques, et la sélection des agents, « quitte à corriger après coup les éventuels dysfonctionnements telles les ententes restreignant la concurrence », (RALLET & ROCHELANDET, 2011). Les auteurs précisent toutefois que ce modèle de régulation *ex post* n'est pas recevable quand il s'agit de données personnelles, « une fois créé, le dommage devient irréversible ». Malgré la pertinence de l'analyse, elle reste cantonnée à une vision intrusive de la technique : nous pensons que les acteurs engagés dans des processus d'innovation sociotechnique peuvent contribuer à la préservation des données personnelles, notamment certains éditeurs de logiciels de navigation. Nous présenterons l'avancée de leurs recherches, et les impasses auxquelles ils sont confrontés, dans la section 3.1.

2.1, Le cadre légal de la vie privée

La première forme de régulation, par sa prégnance, et comme nous le verrons sa résurgence, se situe dans le domaine juridique. Après avoir présenté les principaux textes conduisant à la protection des données personnelles et au respect de la vie privée (A), notamment en contexte transnational, nous verrons qu'une approche diachronique (B) nous conduira à établir la fluctuation des doctrines juridiques contemporaines dans ce domaine (C).

A, Les sources du droit à la protection de la vie privée : une tradition de non-définition

La genèse d'une régulation légale de la vie privée prend son origine dans l'article 2 de la *Déclaration des droits de l'homme et du citoyen* (DDHC, 1789), même si aucune référence explicite n'est faite quant à la protection de la vie privée :

> Art. II : « Le but de toute association politique est la conservation des droits naturels et imprescriptibles de l'homme. Ces droits sont la liberté, la propriété, la sûreté et la résistance à l'oppression »[1259]

Cependant, dans au moins deux décisions, le Conseil constitutionnel a estimé que « la liberté proclamée par cet article implique le respect de la vie privée »[1260].

D'autres sources remontent encore plus loin : dans le prolongement des textes anglais de l'***Habeas Corpus*** (le droit de ne pas être interné sans motif explicite ni garantie de jugement, 1679) et de la Déclaration des droits (art. 10, ***Bill of Rights***, 1689)[1261], la ***Déclaration des droits*** de la ***Constitution américaine*** (***Bill of Rights***, 1791) stipule dans le IV[ème] amendement que « le droit des citoyens d'être garantis dans leurs personne, domicile, papiers et effets, contre les perquisitions et saisies non motivées ne sera pas violé, et aucun mandat ne sera délivré, si ce n'est sur présomption sérieuse, corroborée par serment ou affirmation, ni sans qu'il décrive particulièrement le lieu à fouiller et les personnes ou les choses à saisir ».

En 1890, deux juristes américains, Samuel WARREN et Louis BRANDEIS (tous deux avocats et membres de la Cour Suprême) s'emportent contre « le démon de l'invasion de la vie privée par les journaux »[1262] et réclament le droit d'être laissé tranquille, "***the right to be let alone***", une phrase qu'ils empruntent au juge anglais Thomas Cooley (1888), qui avait exigé la même préservation contre toute forme de violence physique[1263]. Le IV[ème] amendement et l'article de WARREN & BRANDEIS seront sollicités dans chaque procédure à l'encontre d'individus ou d'organisations n'ayant pas respecté la vie privée des citoyens américains.

Après guerre, la ***Déclaration universelle des droits de l'homme*** (DUDH) s'appuie sur la DDHC et les différents ***Bill of Rights*** (1945).

1259 <www.assemblee-nationale.fr/histoire/dudh/1789.asp>

1260 §22, à propos de la Loi favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet, Décision n° 2009-580 DC du 10 juin 2009, <www.conseil-constitutionnel.fr/decision//2009/decisions-par-date/2009/2009-580-dc/decision-n-2009-580-dc-du-10-juin-2009.42666.html> ; §6, Question prioritaire de constitutionnalité posée par M. Jean-Victor C. à propos du FNAEG, Décision n° 2010-25 QPC du 16 septembre 2010, <www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/les-decisions/acces-par-date/decisions-depuis-1959/2010/2010-25-qpc/decision-n-2010-25-qpc-du-16-septembre-2010.49343.html>

1261 « Qu'il ne peut être exigé de cautions, ni imposé d'amendes excessives, ni infligé de peines cruelles et inusitées »

1262 "***The evil of the invasion of privacy by the newspapers***", WARREN & BRANDEIS, 1870, op. cit. Voir note n°318 et le début de la section 3.2A, chapitre 2.

1263 COOLEY, ***Law of Torts***, 1888

> Art. 12 : « Nul ne sera l'objet d'immixtions arbitraires dans sa vie privée, sa famille, son domicile ou sa correspondance, ni d'atteintes à son honneur et à sa réputation. Toute personne a droit à la protection de la loi contre de telles immixtions ou de telles atteintes »

L'article 12 associe la protection de la sphère privative contre une autorité publique (***Habeas Corpus***, IV^{ème} amendement) et la protection de la réputation contre des diffamations dans l'espace public (l'enfer des journalistes). Cet article va à son tour motiver la rédaction de l'article 8 de la ***Convention européenne des droits de l'homme*** (1950).

> Alinéa 1 : « Toute personne a droit au respect de sa vie privée et familiale, de son domicile et de sa correspondance »
>
> Alinéa 2 : « Il ne peut y avoir ingérence d'une autorité publique dans l'exercice de ce droit que pour autant que cette ingérence est prévue par la loi et qu'elle constitue une mesure qui, dans une société démocratique, est nécessaire à la sécurité nationale, à la sûreté publique, au bien-être économique du pays, à la défense de l'ordre et à la prévention des infractions pénales, à la protection de la santé ou de la morale, ou à la protection des droits et libertés d'autrui

Dans les documents d'accompagnement de la rédaction de cet article[1264], il est expliqué que la référence à l'honneur et la réputation est supprimée de l'alinéa 1, car l'ensemble du texte se réfère à la DUDH (§4) ; les auteurs savent néanmoins que cette mention reviendra dans des travaux en cours au sein de l'ONU (***Pacte international relatif aux droits civils et politiques***, PIDCP). Le rajout dans l'alinéa 2 du « bien-être économique » est imputable au dépôt d'un amendement par les membres britanniques de la commission de rédaction (§13).

Le PIDCP, ratifié à l'ONU en 1966, appliqué à partir de 1976 et voté à l'Assemblée nationale en 1980 (entrée en vigueur : 1981) dispose d'un article 17 intitulé « Vie privée, domicile, correspondance, honneur et réputation ».

[1264] Travaux préparatoire de l'article 8 de la Convention européenne des droits de l'homme, 9 août 1956, <echr.coe.int/NR/rdonlyres/DBBFC82C-36AE-4E1E-8E03-348282D3A46A/0/ECHRTravauxART8DH5612FR1674981.pdf>

> Alinéa 1 : « Nul ne sera l'objet d'immixtions arbitraires ou illégales dans sa vie privée, sa famille, son domicile ou sa correspondance, ni d'atteintes illégales à son honneur et à sa réputation »
>
> Alinéa 2 : « Toute personne a droit à la protection de la loi contre de telles immixtions ou de telles atteintes »

L'alinéa 1 précise que la loi peut seulement protéger les individus contre un certain type d'atteintes à l'honneur et la réputation. Joint au document d'accompagnement de la rédaction de l'art.8 de la *Convention européenne*, l'annexe fait mention des commentaires du secrétariat général relatifs à la rédaction de l'article 17 du PIDCP. Ainsi, la loi ne doit pas interdire de « justes observations ou des déclarations véridiques de nature à affecter son honneur ou sa réputation ». Ainsi, si la réputation n'est pas usurpée, elle n'est pas illégale : le droit civil couvre ici les conditions de vérité requises dans l'espace public.

Le pacte oblige les États signataires à inscrire la protection de la vie privée dans leur droit national. En anticipant la procédure de ratification, la France remplace l'article 9 du Code civil avec la loi du 13 juillet 1970[1265] :

> Alinéa 1 : « Chacun a droit au respect de sa vie privée »
>
> Alinéa 2 : « Les juges peuvent, sans préjudice de la réparation du dommage subi, prescrire toutes mesures, telles que séquestre, saisie et autres, propres à empêcher ou faire cesser une atteinte à l'intimité de la vie privée : ces mesures peuvent, s'il y a urgence, être ordonnées en référé »[1266]

Si l'alinéa 2 a permis une multiplication des ordonnances en référé pour empêcher la commercialisation de journaux dont les articles ou couvertures portaient atteintes à des personnalités[1267], l'alinéa 1 quant à lui ne définit pas clairement ce qu'est la vie privée : aucun autre texte précédent ne le faisait non plus. Seul l'article 17 du PICDP délimite la vie privée dans la sphère familiale, à l'intérieur du domicile et dans le contenu des correspondances. Avec la

1265 <www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000693897>
1266 <www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do;?cidTexte=LEGITEXT000006070721&idArticle =LEGIARTI000006419288>
1267 NERSON R., « La protection de la vie privée en droit positif français », *Revue internationale de droit comparé*, vol. 23, n°4, Octobre-décembre. 1971, p.737-764

multiplication des échanges téléphoniques, puis électroniques, ce premier corpus va s'enrichir de nombreux textes relatifs à la préservation de la vie privée en contexte numérique.

B, La protection légale des données personnelles en contexte numérique

.C'est aux États-Unis que prend forme la doctrine contemporaine de la préservation de la vie privée et des données personnelles. Le ***Freedom of Information Act*** (1970) accorde un droit d'accès, de correction et de suppression des données nominatives (***Personally Identifiable Information***, PII). Suite au scandale du ***Watergate*** et aux dérives de l'ère Nixon/Hoover, les États-Unis adoptent le ***Privacy Act*** en 1974[1268], régulant l'usage gouvernemental de ces données, et notamment des traitements entre agences gouvernementales. Le cadre général de la protection des données personnelles tel que stipulé dans le ***Privacy Act*** prend sa source dans l'élaboration des ***Fair Information Pratices Principles*** (FIPP, principes de bonnes pratiques informationnelles)[1269]. La doctrine ne se focalise plus sur la vie privée, protégée depuis la jurisprudence du IV[ème] amendement et l'article de WARREN & BRANDEIS, mais sur la correspondance, en l'occurrence électronique, et sur la collecte et le traitement des données personnelles par différents opérateurs (publics ou privés). Les FIP enjoignent à respecter plusieurs pratiques informationnelles dans la collecte et le traitement des données personnelles :

- notification du processus ;
- consentement des titulaires ;
- droit d'accès, de consultation, de modification et de suppression des données ;
- garantie de l'intégrité des données ;
- autorégulation du dispositif par ses opérateurs.

À l'origine développés au sein du Ministère de la Santé, les Principes sont aujourd'hui maintenus par la Commission fédérale du commerce (FTC)[1270]. Plusieurs additifs viendront compléter ce premier dispositif : dans le domaine de données personnelles de santé (***Health Insurance Portability***

1268 <www.justice.gov/opcl/privstat.htm>

1269 Plusieurs documents de travail contribuent à l'élaboration des FIP au début des années 70 les FIP, notamment au sein du Ministère de la Santé en 1973, publiant le document "***Records, Computers and the Rights of Citizens***", <aspe.hhs.gov/DATACNCL/1973privacy/c4.htm> ou dans une commission d'étude créée par le ***Privacy Act***, publiant le document "***Personal Privacy in an Information Society***", <epic.org/privacy/ppsc1977report> en 1977

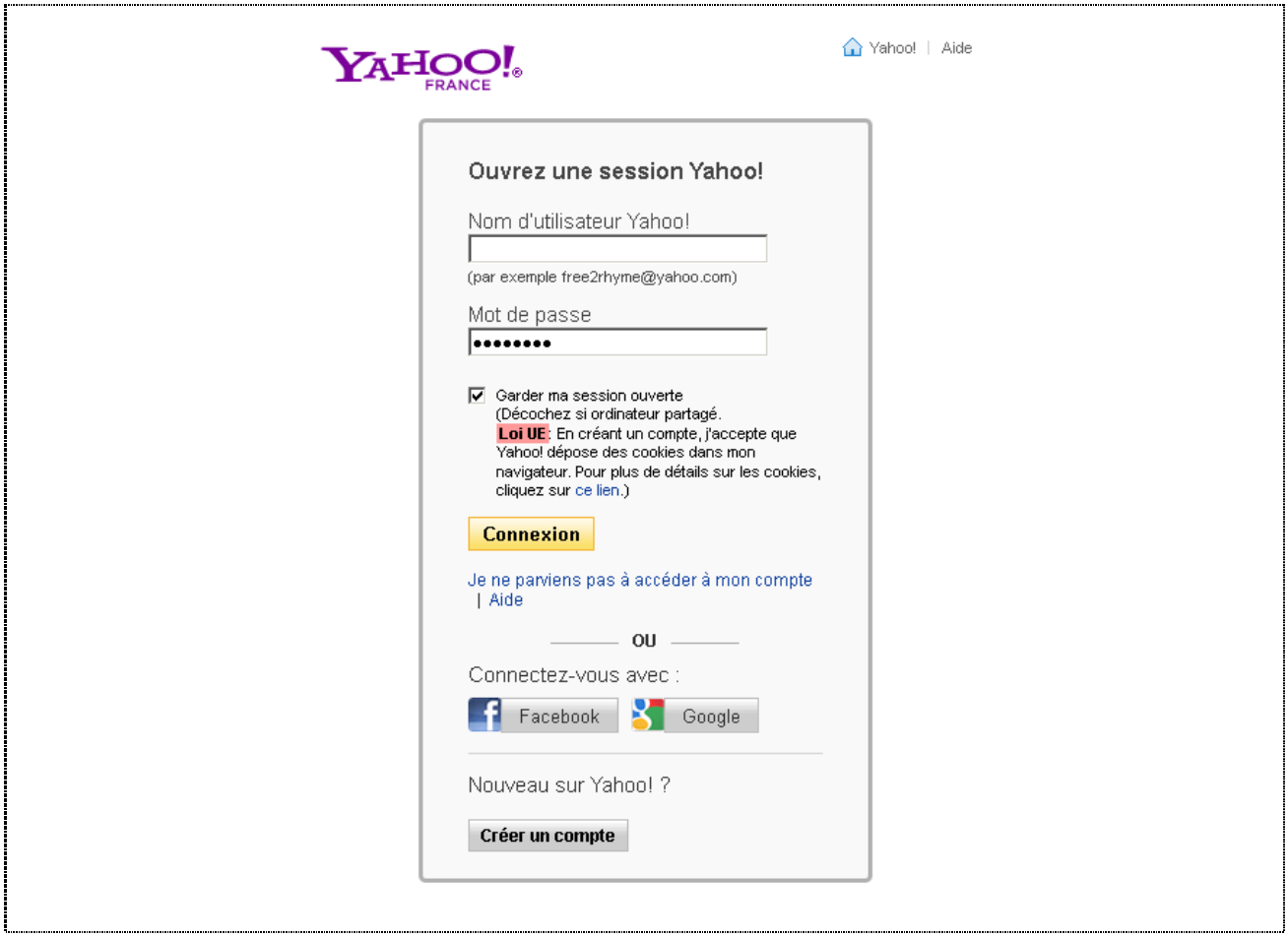
1270 <www.ftc.gov/reports/privacy3/fairinfo.shtm>

and Accountability Act, 1996)[1271] ; dans la protection des données personnelles d'enfants mineurs (*Children's Online Privacy Protection Act*, 1998)[1272].

Les FIPP vont essaimer tout le corpus réglementaire ou les prescriptions publiées par des organismes transnationaux, chacun complétant le précédent et inspirant le suivant. Parmi les principaux textes, notons :

- la *Loi relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés*, dite Loi Informatique et Libertés ou Loi de 1978[1273] ;
- les *Guidelines* de l'OCDE, 1980[1274], Lignes directrices pur la protection de la vie privée et des flux transfrontaliers de données personnelles ;
- la *Convention 108* du Conseil de l'Europe (1981) pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel[1275] ;
- la D*irective européenne 95/46/CE*, dont l'article 29 crée un groupe de travail à fonction consultative au niveau européen (le G29, communément appelé groupe des CNIL européennes)[1276] ;
- la *Directive européenne 2002/58/CE*, dont l'article 5 prévoit une option de retrait d'adhésion aux services d'un site (techniquement : une case à cocher pour le serveur ne dépose plus le cookie, procédure appelée *opt-out*). Voir Ill. n° 29.

1271 <www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-104publ191/html/PLAW-104publ191.htm>
1272 <www.coppa.org>
1273 Initiée suite au débat provoqué par la création de SAFARI (interconnexion de traitement sur la base du NIR), la Loi donne naissance à la Commission Informatique et Libertés (CNIL), <www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068624>
1274 <www.oecd.org/document/18/0,3343,en_2649_34255_1815186_1_1_1_1,00.html>
1275 <conventions.coe.int/Treaty/FR/Treaties/Html/108.htm>
1276 <europa.eu/legislation_summaries/information_society/l14012_fr.htm> et <eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31995L0046:FR:HTML>



Ill. n° 29 : Application de la directive 2002/58 par Yahoo!

Ces différents textes vont marquer la doctrine, en enrichissant les FIPP de nouvelles injonctions :

- proportionnalité de la collecte par rapport à la finalité du dispositif ;
- légitimité de la finalité du dispositif ;
- non interconnexion de traitement ;
- exclusion de la collecte de données relatives à la race, la religion, les préférences sexuelles ;

Sans statuer sur la définition de la vie privée, ces différents textes s'accordent sur une définition des données personnelles. Pour la *Convention 108*, il s'agit de « toute information concernant une personne physique identifiée ou identifiable ». La loi Informatique et Libertés est un peu plus précise puisque – article 2 – elle définit une DCP comme « toute information relative à une personne physique identifiée ou qui peut être identifiée, directement ou indirectement, par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments qui lui sont propres ». Ces définitions vont dans le sens des *Personally Identifiable information*, ainsi que dans celui de la dépendance fonctionnelle du modèle relationnel.

C, Innovations légales depuis 2008

Depuis le début de notre recherche, le corpus réglementaire a largement évolué : dans les discours des régulateurs, les nouveaux usages liés aux réseaux socionumériques en seraient partiellement responsables. Nous présenterons deux cas de mises à jour : le premier détaillant la réforme de la *directive 95/46*, le second établissant une liste des nouveaux textes publiés à travers le monde.

C.1 La révision de la directive 95/46

Rédigée à une époque où les dimensions économiques et sociales d'Internet étaient très éloignées de ce nous connaissons aujourd'hui, la *Directive 95/46* nécessitait, aux dires de Viviane Reding[1277], une mise à jour d'envergure, rapide mais sans céder à la précipitation. Dans une lettre lui étant adressée, Alex Türk, président de la CNIL jusqu'en 2011, estime « essentiel que ce chantier ambitieux fasse l'objet d'un véritable examen approfondi car des questions cruciales sont soulevées par cette révision. La réflexion sur l'avenir de la protection des données personnelles et de la vie privée en Europe ne doit pas être sacrifiée sur l'autel de l'empressement »[1278]. La publication du brouillon officiel a ainsi été retardée de quelques jours[1279], selon les rumeurs en raison de désaccord avec les syndicats professionnels[1280]. Cette révision (80 pages) implique des changements caractéristiques de la consolidation de la doctrine européenne[1281] : nous proposons d'en retenir un certain nombre.

- Il s'agit d'un règlement à caractère obligatoire, et non d'une directive à caractère prescripteur ;
- Art. 3, tous les traitements électroniques de données sont concernées (téléphonie, GPS, paquets IP) à partir du moment où ils se réalisent sur le territoire et concernent des résidents européens ;

1277 Vice-présidente de la Commission européenne et Commissaire européenne à la justice, aux droits fondamentaux et à la citoyenneté, <ec.europa.eu/commission_2010-2014/reding/index_en.htm>
1278 <www.cnil.fr/la-cnil/actu-cnil/article/article/la-revision-de-la-directive-europeenne-ne-doit-pas-se-faire-dans-la-precipitation>
1279 <www.bloomberg.com/news/2012-01-13/eu-says-data-protection-reform-to-be-published-by-end-of-january.html>
1280 <www.linkedin.com/groupItem?view=&gid=944557&type=member&item=88922187&qid=ee0127b1-10ce-426a-b73f-17a04cbf7178&trk=group_most_popular-0-b-ttl&goback=%2Eamf_944557_55464050%2Egde_944557_member_88922187%2Egmp_944557>
1281 <ec.europa.eu/justice/data-protection/document/review2012/com_2012_11_fr.pdf>

- Art. 17, le droit à l'oubli est créé et hérite du caractère obligatoire : le fournisseur de service doit effacer les données personnelles et s'assurer également de la destruction de toutes leurs réplications (via RSS, le streaming, les caches) ;
- Art. 25 : le consentement explicite et éclairé doit être requis préalablement à la collecte et au traitement (techniquement : une case à cocher pour autoriser le serveur à déposer un cookie, procédure appelée *opt-in*). Nous verrons plus loin que ces procédures de recueil du consentement sont au cœur de la régulation technique ;
- Art. 31 : les failles de sécurité doivent être notifiées auprès de l'autorité nationale dans les 24h (la CNIL) ;
- Art. 36 : la fonction de Commissaire à la protection des données est créée. De statut indépendant, son rôle est obligatoire dans de nombreuses organisations (en fonction de leur taille, activité, statut) : il est alors dépositaire des notifications (création de traitement, failles de sécurité) ;
- Art. 79, les autorités nationales disposent d'un ensemble de sanctions applicables auprès des entreprises contrevenant au nouveau règlement, dont la possibilité de réclamer une amende s'élevant à 2% du CA[1282] ;

Plusieurs conséquences peuvent être anticipées en regard de ces propositions :

- une fois traduit dans le droit national des États-membres, ce règlement laisse craindre des difficultés d'application pour les petites structures (implémentation des options d'adhésion), qui de surcroit devront dégager un budget spécifique pour respecter cette révision (coût de suppression des données) ;
- les entreprises étrangères sont soumises à ce règlement (sites marchands, fournisseurs d'accès, intermédiaires techniques). Des inquiétudes s'expriment sur le terrain économique[1283], notamment dans les pays qui ont développé des filières profitant de l'externalisation des donnés (*cloud computing*, *call center*)[1284]. De l'autre côté, il faut s'interroger sur l'application effective de cette sanction par les autorités nationales, en regard des enjeux économiques avec des partenaires étrangers ;

[1282] Viviane Reding exigeait initialement de fixer le taux d'amende à 5% du CA : nous pensons que c'est sur ce point que des désaccords ont entrainé le retard de la publication.
[1283] <www.ft.com/intl/cms/s/2/e14f2f3e-44f3-11e1-be2b-00144feabdc0.html>, <www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5g2fyn-Yc8truq7DZX6YXCHO5ymew>
[1284] <articles.economictimes.indiatimes.com/2012-04-16/news/31349813_1_data-security-council-data-protection-laws-standard-contractual-clauses>

- la place accordée aux contrôleurs a pour effet inverse de rompre le contact entre les citoyens et leur Autorité nationale[1285]. En cas de problème avec une organisation traitant des données personnelles et située à l'étranger, le titulaire devra signifier son droit à l'oubli auprès du responsable de cette entreprise (si elle est en Europe), et non plus auprès de cette Autorité ;

L'intérêt de cette révision est enfin d'uniformiser le cadre réglementaire au niveau européen, ne laissant au final qu'un seul texte à consulter pour n'importe quel partenaire (y compris non européen) engagé dans un processus de collecte et traitement des données personnelles (de citoyen européen)[1286]. C'est pourquoi, selon J. Kohnstamm, secrétaire général du G29, les États-Unis craignent surtout que leur modèle économique soit bridé par la consolidation transnationale d'une doctrine qui est peu favorable à la régulation industrielle[1287].

C.2 Partition des nouvelles lois

Parallèlement à ce qui se met en place au niveau européen, les États-Membres, comme ceux d'autres nations, légifèrent sur la question du respect de la vie privée et sur le traitement des données personnelles. Si pour l'instant, le développement que nous avons suivi laisse croire que ces lois sont en faveur d'une meilleure protection, il ne faut pas se croire que cette tendance est systématique. Un autre courant, plus favorable à l'industrialisation et à l'intrusion, se dessine également.

▪ Les textes favorables à la protection

- En Angleterre : ***Cookie Guidance***, nouvelle politique de régulation des cookies (basée sur la directive 2002/58, avec option d'adhésion en ***opt-in*** applicable également aux cookies-tiers, et qui semble inspirer la révision)[1288] et ***Communication Data Bill***, sur l'encadrement des communications électroniques[1289].

1285 <www.cnil.fr/la-cnil/actualite/article/article/projet-de-reglement-europeen-la-defense-de-la-vie-privee-seloigne-du-citoyen-1>
1286 Conférence des Commissaires européens à la protection des données, <www.springconference2012.lu/files/7/3/document_id29.pdf>
1287 <blog.sfgate.com/techchron/2012/05/04/european-privacy-official-critiques-googles-behavior>
1288 <www.ico.gov.uk/for_organisations/privacy_and_electronic_communications/the_guide/~/media/documents/library/Privacy_and_electronic/Practical_application/cookies_guidance_v3.ashx>
1289 <www.out-law.com/en/articles/2012/may/home-office-promises-strict-safeguards-over-privacy-for-new-laws-governing-communications-data-monitoring>

- En Turquie : mise en place de procédures pénales contre les fournisseurs d'accès ne respectant pas la vie privée[1290].
- En Inde : ***Privacy Rules***, avec consentement éclairé et proportionnalité en regard des finalités, même pour des données personnelles concernant des titulaires étrangers[1291].
- En Australie : meilleure protection des consommateurs dans les transactions électroniques[1292].
- Au Brésil : création d'une Autorité de protection des données personnelles[1293].
- Au Costa Rica : loi générale sur la protection de la vie privée[1294].
- En Corée du Sud : fin de l'enregistrement par le ***Resident Registration Number***[1295].
- En Chine : publication des "***Personal Information Protection Guidelines***" (format brouillon) régulant le traitement des transactions électroniques, et ce afin d'encourager les entreprises étrangères dans le commerce électronique[1296].
- Au Mexique : nouvelle loi sur la protection des données personnelles[1297].

▪ Les textes favorables à l'intrusion

- Au Mexique : nouvelle loi sur l'écoute téléphonique et la géolocalisation (dans le cadre de la lutte contre les cartels)[1298].
- En Hongrie : ensemble de lois non compatibles avec le cadre réglementaire européen[1299].

1290 <www.todayszaman.com/news-277291-gsm-operators-fined-tl-136-mln-for-violating-privacy.html>
1291 "***Any personal collected in India, or outside of India and transferred into the country, is governed by these rules***", <www.informationweek.com/news/government/policy/229402835>
1292 <www.theaustralian.com.au/national-affairs/reforms-will-toughen-up-privacy-protections/story-fn59niix-1226344133727>
1293 <www1.folha.uol.com.br/mercado/1074719-brasil-tera-uma-autoridade-para-protecao-de-dados-pessoais.shtml>
1294 <www.huntonprivacyblog.com/2011/06/articles/international/costa-rica-privacy-legislation-moves-forward/index.html>
1295 <www.koreaherald.com/national/Detail.jsp?newsMLId=20120420000712>
1296 <www.computerworld.com/s/article/9216417/IT_Outsourcing_in_China_And_Data_Privacy_Guidelines>
1297< dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5226005&fecha=21/12/2011>
1298 <arstechnica.com/tech-policy/2012/04/mexican-geolocalization-law-draws-ire-of-privacy-activists>
1299 <www.dw.de/dw/article/0,,15909096,00.html>

D, La « ventricularité » des tendances légales

L'exemple mexicain montre qu'il est possible, dans une même législature, de publier deux nouvelles lois *a priori* contradictoires, mais destinées à des sujets radicalement différents. Le contexte mexicain est cependant très spécifique, d'une part en raison des problèmes de délinquance, d'autre part en raison de sa proximité avec les États-Unis (la nouvelle barrière frontalière en est le double symbole). Chez ces derniers, le paradoxe est encore plus fort, là aussi en raison du contexte (attentas du 11 Septembre 2001). Ainsi, la tendance évolue entre un corpus particulièrement tolérant à l'égard des agences gouvernementales, et sur l'autre bord des textes de plus en plus protecteurs des citoyens. **Nous estimons que l'affirmation de plus en plus forte d'une tendance étouffe l'autre, et qu'en réaction le législateur opère un renversement de tendance, de plus en plus accentuée. Nous nommons ici ce mouvement « ventricularité »**, en référence au fonctionnement cardiaque : par là, nous signalons le jeu des contraintes, mais également celui de l'interdépendance entre les deux ventricules, la contraction de l'un rendant possible l'expansion de l'autre[1300]. Nous développerons cette ventricularité dans les contextes états-unien et européen, notamment concernant les initiatives juridiques à l'encontre des réseaux socionumériques.

D.1 L'exemple américain

Si les FIPP ont influencé la doctrine européenne, il est possible que la doctrine américaine ait également été influencée par l'Europe. Le *Safe Harbor* est un espace de médiation des doctrines américaine et européenne, centrée sur la régulation industrielle aux USA, et obligeant à une autorité publique et indépendante de contrôle des traitements de données personnelles en Europe (directive 95/46)[1301]. Il s'agit d'un cadre de travail interfaçant et assistant les entreprises génératrices de flux transfrontaliers de données personnelles. Il a été négocié entre le G29 et la FTC[1302]. Nous supposons que lors de ces discussions, des arguments en faveur de la doctrine européenne, plus compréhensive et centrée sur les titulaires, ont inspiré les mises à jour du cadre de régulation aux États-Unis.

1300 Dans sa thèse de doctorat (en sociologie), Bénédicte REY parle de tensions entre les acteurs de la régulation : *La privacy à l'ère du numérique. Une gestion par les tensions*, *op. cit.*, 2009. Lire également p.76 et suivantes de son ouvrage *La vie privée à l'ère du numérique*, 2012, *op. cit.*

1301 Au niveau de l'Union, il existe un Contrôleur européen des données personnelles (CEPD), <www.edps.europa.eu/EDPSWEB>

1302 <www.export.gov/safeharbor>

Ce cadre était préalablement rattaché au contexte de lutte contre le terrorisme né après les attentats du 11 Septembre. Nous avions évoqué ces lois dans le chapitre 1 (***USA Patriot Act*** et la globalisation de la surveillance) et le chapitre 3 (***Homeland Security Act*** et le cadre d'identification du NSTIC). À cette époque, le IV^{ème} amendement fut mis entre parenthèse : dès lors qu'un titulaire était suspecté de participer à une organisation terroriste, les agents du ***Department of Homeland Security*** pouvaient perquisitionner et poser des écoutes sans mandat. Afin de parer aux dérives, les FIPP furent réactualiser et réaffirmer dans les traitements opérés par des agents administratifs : c'est pourquoi, après le Ministère de la Santé et la FTC, les Principes sont aujourd'hui hébergés par le Ministère de la Sécurité intérieure[1303].

Cependant, la FTC conserve toujours un rôle dans l'élaboration du cadre réglementaire, quand les transactions sont opérées par des agents commerciaux : la consolidation du secteur industriel, s'appuyant sur des technologies de collecte, inférence et affichage de plus en plus pertinentes, a conduit la FTC a contrebalancé l'asymétrie informationnelle dont bénéficiaient ces entreprises.

▪ La communauté de défense de la vie privée

Des discours sociaux et savants ont également contribué à stigmatiser les enjeux afférant à l'intensification des traitements électroniques : plusieurs organisations non gouvernementales et centres de recherche universitaire ont agrégé des arguments d'analyses et de critiques à l'encontre des pratiques économiques en vigueur sur le web et dans les communications électroniques. Leurs auteurs composent une communauté de partisans, chercheurs et ingénieurs, sensibles aux tensions sociales et techniques et soucieux d'une préservation de la vie privée. Cette communauté est centrée autour d'un petit nombre d'institutions.

- ONG : EPIC[1304], EFF[1305], CDT[1306], ***Future of Privacy Forum***[1307] ;

1303 <www.dhs.gov/xlibrary/assets/privacy/privacy_policyguide_2008-01.pdf>

1304 ***Electronic Privacy Information Center***, <epic.org>, au sein duquel on trouve Alessandro Acquisti (Carnegie Mellon University), Philip Agre, danah boyd (Microsoft Research, NY University Media, Culture and Communication, Berkman Center, Harvard Law School), Ryan Calo (CIS, Washington School of Law), Helen Nissenbaum (NYU Law), Bruce Schneier (Ingénieur en chef de la sécurité, British Telecom), Sherry Turkle (Social Sciences, MIT)

1305 ***Electronic Frontier Foundation***, <eff.org>, dans lequel on retrouve Ryan Calo, Eben Moglen (co-rédacteur de la licence GNU avec Richard Stallman, Columbia University), Bruce Schneier, Daniel J. Solove (G. Washington Law School), Cory Doctorow,

1306 ***Center for Democraty and Technology***, <www.cdt.org> : Paul Ohm (Colorado Law School), Jim Dempsey, Deirdre Mulligan (Berkeley School of Information, CLT),

1307 FPF, <www.futureofprivacy.org> : Jules Polonetsky, Paul Ohm, Alessandro Acquisti, Ryan Calo, Dr. Ann Cavoukian (Privacy by Design, Canada), Erin Egan (***Chief Privacy Officer Facebook***),
Chris Hoofnagle (CLT), Jeff Jarvis (journaliste), Daniel J. Solove

- Centres de recherche : ***Berkman Center for Internet & Society*** (CIS, Harvard)[1308], ***Berkeley Center for Law and Technology***[1309]

L'une des avancées majeures de cette communauté est la tendance qu'outre-Atlantique on nomme "***Do Not Track***" (Ne me tracez pas).

▪ Le Do Not Track

Il s'agit d'un processus technique visant à éliminer les traceurs contenus sur les pages web, tant au niveau des moteurs de recherche que des dispositifs de publicité comportemental (cookies, en-tête HTTP et autres). Mais ce processus dépasse la simple informatique, puisqu'un mouvement législatif vient l'épauler.

La première expérience a été menée en Californie, un État qui avait déjà été le premier à légiférer en faveur des listes rouges téléphoniques (***Do Not Call Lists***) : les entreprises de la ***Silicon Valley*** se sont empressées de manifester leur crainte à l'encontre de cette loi, néanmoins maintenue[1310]. De plus, au niveau fédéral, les sénateurs John MacCain (Dém.) et John Kerry (Rép.) ont déposé une proposition de loi nommée ***Online Privacy Bill of Rights***, reprise plus tard dans le ***Do Not Track Online Act***[1311]. Celui-ci autorise la FTC à contrôler les processus de collecte de données personnelles en ligne. Cette loi s'ajoute aux autres dispositions que la Commission peut mobiliser dans ses missions de protection des consommateurs.

Depuis 2010, La FTC a engagé une vaste campagne contre les grandes entreprises du web, les engageant par accord (***settlement***) à des audits de leurs processus de collecte, traitement, conservation et destruction des données personnelles[1312].

- ***Google*** a dû payer une amende de $22,5 millions et retirer son service ***Buzz***, qui récupérait des données de ***Gmail*** : avec la création de ***Google Profiles*** et de ***Google+***, ainsi qu'avec l'unification des conditions d'utilisation requise par la FTC, ***Google***

1308 <cyber.law.harvard.edu>, Yochai Benkler, Wendy Seltzer (CIS, Yale Law School, W3C, Princeton Center for Internet Technology Policy), danah boyd, Judith Donath (Sociable Media Group, MIT)

1309 CLT, <www.law.berkeley.edu/bclt.htm> : Chris Hoofnagle, Wendy Seltzer, Hal Varian (***Google***, Berkeley iSchool)

1310 06/05/2011, <www.itproportal.com/2011/05/06/google-opposes-california-do-not-track-privacy-law>

1311 11/02/2011, <thomas.loc.gov/cgi-bin/query/z?c112:H.R.654.IH>

1312 <www.ftc.gov/opa/reporter/privacy/privacypromises.shtml>. Facétieuse, la FTC a également intenté une action contre le Père Noël, soupçonné de ne pas respecter la COPPA, la loi protégeant la vie privée des enfants en ligne : "***Mr. Claus has flagrantly violated children's privacy, collecting their consumer preferences for toys and also tracking their behavior so as to judge and maintain a data base of naughtiness and niceness***", <www.businessinsider.com/ftc-fines-santa-claus-over-coppa-violations-2011-12>. Nous avions évoqué lors de la conférence des Journées de Tramelan que la figure du Père Noël participait dans l'imaginaire et dès le plus jeune âge à l'ancrage des pratiques de surveillance, CdB 03/02/2012.

inverse le processus en alimentant différents services à partir d'un silo unique, celui du profil. Ce faisant, *Google* reste dans les conditions fixées par l'accord[1313].

- *Facebook*, *Twitter* et *MySpace* ont également signé des accords similaires : des audits réguliers sont prévus pour vérifier l'application des règles de confidentialité, pour un minimum de 20 ans chez *Facebook* et 10 ans chez *Twitter*. L'un des points sur lequel insiste la FTC est le respect des règles par les développeurs d'applications-tierces[1314].

Enfin, courant février 2012, la Maison-Blanche a confirmé la tendance à une meilleure protection de la vie privée en contexte à travers un discours du Président Barack Obama, signifiant l'urgence à disposer d'un cadre de régulation pour le traitement des données personnelles[1315].

D.2 En Europe et en France

Cette tendance à la limitation de la traçabilité par les acteurs économiques du web se retrouve dans la loi anglaise *Cookie Guidance* et dans l'article 25 de la révision de la directive 95/46. Des campagnes sans concession contre *Facebook*, *Google* et les autres réseaux socionumériques ou acteurs industriels de la réputation sont également engagées. La CNIL a par exemple permis de montrer les responsabilités internes dans l'affaire *Google Street View* : le véhicule chargé de capturer les images de rues pour le service de cartographie avait également collecté les identifiants des routeurs wifi à proximité. Prétextant au départ d'une initiative isolée d'un ingénieur, *Google* a finalement reconnu l'intention première dans ce projet[1316]. Le groupe de travail de l'article 29 s'attèle aussi à modérer les pratiques des industriels de la publicité comportementale, en leur imposant notamment les mécanismes du consentement par option d'adhésion (*opt-in*)[1317].

1313 01/04/2011, <ftc.gov/opa/2011/03/google.shtm>

1314 Novembre 2011 : <www.ftc.gov/os/caselist/0923184/111129facebookagree.pdf> et <www.ftc.gov/os/caselist/0923093/110311twitterdo.pdf >, <www.ftc.gov/opa/2012/05/myspace.shtm>

1315 <www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/02/23/we-can-t-wait-obama-administration-unveils-blueprint-privacy-bill-rights>

1316 <www.nytimes.com/2012/05/03/technology/european-regulators-to-reopen-google-street-view-inquiries.html>

1317 <ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/press-material/press-release/art29_press_material/20110914_press_release_oba_industry_final_en.pdf>

Ill. n° 30 : Application du Cookie Guidance sur le site de l'Information Commissionner's Office

▪ Europe versus Facebook

En dehors des actions institutionnelles, il faut aussi signaler les initiatives citoyennes. Max Schremm est un étudiant autrichien en droit : il a cherché à obtenir toutes les données que *Facebook* disposait à son endroit (*via* une offre de service permet de télécharger son profil), et a récolté un fichier de 1200 pages. Le problème est que M. Schremm avait résilié son compte, et qu'en accord avec les règles de confidentialité, aucune donnée ne devait avoir été conservée dans les serveurs informatiques. À partir de là, l'étudiant a déposé 22 plaintes contre *Facebook*, dont le siège social européen se trouve à Dublin, Irlande[1318].

L'autorité irlandaise chargée de la protection des données personnelles a donc mené un audit auprès de *Facebook*, qui s'est révélé globalement positif : il a été simplement conseillé à l'entreprise de faire preuve de plus de simplicité dans les réglages de confidentialité, notamment en proposant aux membres du site, un guide des bonnes pratiques sur le mode procédural[1319]. Depuis novembre 2012, *Facebook* a modifié le déroulement du processus d'inscription, rajoutant en dernière étape un mode d'emploi des réglages de confidentialité[1320].

Pour conclure, nous voulons présenter une autre façon de parcourir l'évolution de ce corpus réglementaire : en effet, depuis l'introduction de la référence au « bien-être économique » dans la Convention européenne des droits de l'homme de 1950, les enjeux économiques se sont invités dans des questions éthiques (les droits de l'homme et le respect de la vie privée). En plus de devenir un axe de réflexion, les acteurs économiques porteurs de ces enjeux ont également été invités à participer aux groupes de réflexion ou d'application des nouveaux cadres réglementaires. Cette privatisation des instances de régulation conduira d'une part à considérer cette

1318 <europe-v-facebook.org/FR/Plaintes/plaintes.html>
1319 <dataprotection.ie/viewdoc.asp?DocID=1182&m=f> et <www.siliconrepublic.com/new-media/item/25126-irelands-audit-of-facebook>
1320 <www.facebook.com/notes/facebook-france/facebook-rend-plus-facile-le-contr%C3%B4le-des-param%C3%A8tres-de-confidentialit%C3%A9-pour-les/482926305073724>

recomposition sous le prisme d'une emprise du modèle économique dominant, mais d'autre part, cette dynamique conduira également certains acteurs à être initiateurs d'un cadre de fonctionnement des dispositifs qu'ils conçoivent, et par extension d'un cadre réglementaire, plus enclin à respecter la vie privée.

2.2, La configuration sociotechnique de la vie privée

A, Les risques de décontextualisation

A.1 Les acteurs sociaux en prise avec les agents économiques

En plus des modes de régulation par l'industrie ou par la loi, RALLET & ROCHELANDET (2011) évoquaient la régulation de la vie privée directement dans les usages des dispositifs, par les titulaires et les récipiendaires. Ces usages sont d'abord basés sur un appareillage technique : les paramètres de confidentialité offerts par le site web. La plupart propose :

- un mode par défaut, en général ouvert à tous (*Flickr*, *Facebook* en février 2009, *Google+*) ;
- un mode global réglable par l'utilisateur et applicable à tous ses contenus ;
- un mode spécifique par liste d'amis ;
- un mode spécifique au cas par cas (*Facebook* à partir de décembre 2009, *Google+*).

Ill. n° 31 : Les réglages de confidentialité par défaut chez Facebook et Flickr

RALLET & ROCHELANDET estiment toutefois que ces pratiques ne sont pas fiables (en plus des biais cognitifs signalés *supra*).

> « Les filtres de confidentialité mis à la circulation d'informations au sein des RSN sont extrêmement poreux (un ami du premier cercle peut toujours donner une information

> sensible à un ami du second cercle n'y ayant pas accès) et peu fiables (un ami proche peut exfiltrer une information sensible vers un exploitant) », (RALLET & ROCHELANDET, 2011)

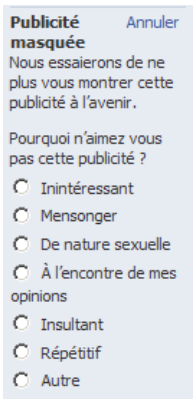
Ce que les auteurs appellent « fuite informationnelle »[1321] relève du syndrome transcontextuel, ou du risque de décontextualisation d'un contenu anecdotique (interlocution, comme dans les sites de socialisation) ou d'un échange de biens ou services (transaction, comme dans les sites marchands).

Au niveau des opérateurs, la décontextualisation s'opère uniquement au niveau des domaines (en référence au nom de domaine des sites web) : à l'intérieur du domaine avec les cookies de fonctionnement et les enregistrements de la base de données, vers l'extérieur avec les cookies-tiers. Il peut y avoir décontextualisation par une mauvaise interprétation des données collectées : un historique de consultations sur *Amazon* peut perdre sa cohérence si l'une d'entre elles se situe autour d'autres contenus.

Lors d'une table ronde universitaire sur les enjeux de la réputation et de l'identité numérique[1322], un participant racontait avoir chez *Amazon* un historique de consultation cohérent, fait d'ouvrages traitant de même la thématique que celle à l'ordre du jour. Cependant, en vue de l'organisation de son mariage, il avait consulté une page sur les robes de mariée. Il expliqua alors qu'il continuait à recevoir des recommandations sur ce type d'articles même après son mariage. Les publicités contextuelles dans la barre latérale de *GMail* ou chez *Facebook* reproduisent le même genre d'erreurs, et sont considérées par les usagers comme des messages hors contexte. *Facebook* propose d'ailleurs une option de signalement lui permettant d'affiner la contextualisation de ses messages publicitaires (voir le premier choix dans l'illustration suivante, Ill. n° 32).

[1321] « Nous appelons "fuite informationnelle" l'impossibilité structurelle de confiner des informations au sein d'un périmètre défini au sein du Web relationnel », (RALLET & ROCHELANDET, 2011)

[1322] CdB 01/12/2011, Keynote de 15 min' sur les enjeux de l'identité numérique, à l'invitation du réseau des Masters en Communication de Paris XIII. Frédéric BARDEAU est l'auteur de la référence, et de l'ouvrage *Anonymous : pirates informatiques ou altermondialistes numériques*, Paris : FYP Éditions, 2011, avec Nicolas DANET.



Ill. n° 32 : Les options d'explication en cas de refus d'une publicité sur Facebook

Il faut également rajouter les possibilités de vol de données avec le piratage et la fuite avec les failles de sécurité : tous les réseaux socionumériques en ont été victimes.

Au niveau des usagers, cette décontextualisation peut se situer entre plusieurs sites, domaines et contextes :

- en ligne, à l'intérieur d'un même domaine : une conversation dans le dispositif de messagerie instantanée entre A et B peut être relayée dans le même dispositif de B vers C, ou dans les statuts de B vers un ensemble d'amis. Dans le même ordre d'idée, un courrier électronique en copie carbone invisible (CCI) peut être transférer sans protection ;
- en ligne, entre plusieurs domaines : un courrier électronique entre A et B peut être discuté entre eux dans un site de socialisation, ou entre B et un ensemble d'amis. Une réputation acquise sur un forum ou dans un jeu en ligne peut être relayé sur d'autres forums ou jeux ;
- hors ligne, avec diffusion en ligne : une interaction en face-à-face peut être poursuivie en ligne entre A et B, *via* courrier électronique, messagerie instantanée ou sur le Mur de *Facebook*. De même, elle peut être relayée par B à destination d'un ensemble d'amis en ligne ;
- hors ligne, d'un contexte à un autre : une interaction située en face-à-face entre A et B peut être poursuivie entre eux ou relayée par B dans un autre site, avec d'autres auditeurs, amis ou non.

Ces manipulations peuvent être intentionnelles ou accidentelles, avec ou sans conscience des enjeux. Ainsi, il faut cette fois distinguer au sein des formes de décontextualisation ce qui est infiltration : C a accès (incidemment ou non) aux échanges de A et B (un ami, un opérateur, un

tiers, un pirate), et l'exfiltration où B relaie (intentionnellement ou non) les contenus de A à C (un tiers, un ami, un partenaire économique).

Dans le cas des employés licenciés pour avoir dénigré leur entreprise *via* des messages publiés sur le Mur[1323], le tribunal des Prud'hommes a fait valoir que « en premier lieu, (…) Monsieur François C. a choisi dans le paramètre de son compte, de partager sa page Facebook avec "ses amis et leurs amis", permettant ainsi un accès ouvert, notamment par les salariés ou anciens salariés de la société Alten Sir ; il en résulte que ce mode d'accès à Facebook dépasse la sphère privée et qu'ainsi la production aux débats de la page mentionnant les propos incriminés constitue un moyen de preuve licite du caractère fondé du licenciement »[1324]. Les paramètres de confidentialité, réglés sur "les amis et leurs amis", font que d'une part il n'y a pas violation de la vie privée : celle-ci se définit donc en rapport à la circonscription d'une diffusion de contenus ; d'autre part, les opinions exprimées se sont diffusées dans des cercles autres que ceux de l'entreprise, l'une des employées a donc été justement licenciée pour avoir « porté atteinte à l'autorité [en interne] et à la réputation [en externe] de sa supérieure hiérarchique »[1325].

Sur la base de tels comportements et conséquences, RALLET & ROCHELANDET estiment que la régulation par l'usager n'est pas opérationnelle.

> « Or, au travers de la variabilité périodique des paramétrages de confidentialité et du débat qu'il engendre, les réseaux sociaux attestent de l'existence d'un contrôle possible des individus sur leurs données. Le point est qu'il n'y a en vérité aucun contrôle, car les individus ne maîtrisent pas l'usage de leurs données par des tiers (fuite informationnelle). En focalisant l'attention sur le contrôle de la divulgation des données (est-ce que je divulgue publiquement ou dans un cercle restreint ma religion ?), le débat sur les paramétrages de confidentialité occulte l'impossible contrôle des individus sur l'usage de leurs données par d'autres (qui peut empêcher un de mes amis de transmettre l'information sur ma religion à un tiers ?). Pour cette

1323 Facebook : 3 salariés licenciés pour avoir dénigré la direction », *Le Nouvel Observateur*, 20/05/2010, <tempsreel.nouvelobs.com/vu-sur-le-web/20100520.OBS4230/facebook-trois-salaries-licencies-pour-avoir-denigre-leur-direction.html>

1324 19/11/2010, décision de départage accessible sur le site Legalis, <www.legalis.net/spip.php?page=jurisprudence-decision&id_article=3027>

1325 Cette décision a été cassée par la Cour d'appel de Versailles, au motif que les employés avaient déjà mis à pieds, et que le licenciement équivalait à une deuxième sanction pour la même faute. La Cour n'est pas revenue sur le fond (vie privée et réputation), 22/02/2012, <www.legalis.net/spip.php?page=jurisprudence-decision&id_article=3416>

> même raison (la fuite informationnelle), la crédibilité de la dissuasion entre pairs sur un réseau est affaiblie. L'information sensible peut être exfiltrée du réseau à l'insu de celui qui en est victime et exploitée hors du réseau qui l'a révélée. Lorsqu'elle reste à l'intérieur du réseau, elle peut donner lieu à un buzz préjudiciable à l'individu, une descente aux enfers, bien loin des supposées vertus auto-équilibrantes des réseaux de pairs. L'autorégulation offre bien un cadre de protection, un parapluie contre l'exploitation malveillante de données à caractère personnel, mais ce parapluie est singulièrement percé », (RALLET & ROCHELANDET, 2011)

L'approche économique et la croyance en un seul agir rationnel déterminé en termes de calcul coût/bénéfice ou selon le modèle des externalités modère chez ces auteurs la part d'aménagement et de tactiques, de bricolages propre à la sociologie des usages[1326]. Nous pensons que **les pratiques de surveillance mutuelle et les idiolectes sont des tactiques développées par les usagers**. S'ils ont raison de signaler que, sur le web relationnel, dans les réseaux socionumériques, comme dans n'importe quel dispositif de communication médiatisée, les agents économiques ont un rôle déterminant, il ne faut pas oublier que les acteurs individuels ont aussi de leur côté des façons d'équilibrer ces déterminations. L'apprentissage du web est l'un de ces leviers : sans être aussi optimiste que François PÉRÉA, qui considère que « les nouvelles générations maitrisent l'usage du net et savent le positiver sans s'y perdre », (PÉRÉA, 2010), il faut reconnaitre avec Antonio CASILLI que « les usagers se sont familiarisés avec les champs à renseigner et les options à cocher : une manière d'uniformiser et de permettre aux autres interlocuteurs de savoir à quel type d'utilisateurs ils ont à faire », (CASILLI, 2010 : 313), mais également une manière de singulariser ceux à qui ils veulent faire savoir des choses. RALLET & ROCHELANDET le reconnaissent, même s'ils mettent encore l'accent sur les effets des stratégies des agents économiques, et ici médiatiques.

> « L'exploitation des données personnelles par un recruteur ou un partenaire professionnel, amical ou sentimental devenant avec le temps connaissance commune, les individus sont incités à filtrer ce qu'ils livrent en se présentant sous un jour

[1326] De même, les approches strictement juridiques reproduisent la même difficulté à articuler sans mettre en tension des corpus réglementaires et des pratiques sociales. S'ils sont richement documentés, ces travaux n'en restent pas moins limités dans une approche interdimensionnelle. On pourra lire cependant avec un intérêt certain l'ouvrage collectif des publicistes SÉGUR P., LABROT E. (dir.), Un *monde sous surveillance* ?, Perpignan : PUP, coll. « Études », 2011, 252 pages. Et notamment les articles de LALZACE P., « La vidéosurveillance l'individu sur écran », p.33-54 ; YERNAUX S., « La carte bancaire, l'individu sur les comptes », p.55-68 ; MORENO C., « L'e renseignement électronique, l'individu sur les fiches », DIAZ N. « La communication répressive », p.243-252

> favorable. C'est le résultat logique d'un processus d'apprentissage fondé sur l'expérience personnelle acquise et les affaires révélées par les médias. Ces stratégies de manipulation de l'information divulguée se développent. Elles ont une certaine efficacité, non pas tant pour faire croire à des identités positives que pour jeter le doute sur les informations divulguées sur les réseaux sociaux », (RALLET & ROCHELANDET, 2011)

La médiatisation des différentes affaires évoquées depuis le début du mémoire (licenciement des employés d'*Alten* pour dénigrement, recruteur disposant d'une photo intime d'un candidat, affaire Marc L, etc.) si elle jette un « doute » sur la véracité des informations en ligne, enjoint également les titulaires à prendre garde à ce qu'ils éditent comme contenus et à l'audience auprès de qui ils les publient. Surtout, les formes de décontextualisation et les pratiques d'intersubjectivation invitent les titulaires à se considérer également comme des récipiendaires dans le rapport de mutualité qui les noue à leurs interlocuteurs. La vie privée est alors, selon les mots d'A. CASILLI, « le résultat d'une dialectique entre les acteurs sociaux » :

> « Les citoyens ne sont pas de simples victimes à la merci d'invasions de leur espace personnel. Ils mettent en place des stratégies pour composer avec les atteintes à leurs droits. Face à ces menaces, ils sont constamment en train d'inventer et d'apprendre de nouvelles méthodes pour recréer leur espace d'autonomie. La privacy n'est pas une entité au-dessus des individus – comme une coupole de verre abritant leur vie privée. Au contraire, elle existe *entre* les individus, dans leur interrelation », (CASILLI, 2010, p.106).

Reprenant la théorie de la pénétration sociale d'Irwin ALTMAN, pour qui la vie privée est « bidirectionnelle », et l'épluchage (***self-disclosure***) réciproque, A. CASILLI estime, et nous le rejoignons complètement sur ce point, que la vie privée n'est pas « un état d'isolement, elle se modèle au contraire selon les impulsions venant des personnes avec qui les individus interagissent. Chaque rencontre, chaque situation et chaque lieu entraîne une négociation et une redéfinition de ce qui est public et de ce qui est privé. », (CASILLI, 2010 : 106).

A.2 La régulation conjointe

Patrice FLICHY avait montré qu'en entreprise, la régulation des usages autour d'une innovation technique était également bidirectionnelle, entre la « régulation de contrôle » d'une part, venant de la hiérarchie ou du système technique, et d'autre part la « régulation autonome » produite

par les salariés. L'une et l'autre ne peuvent être indépendantes, au contraire la régulation effective de l'innovation est co-déterminée par ces deux sources, conjointement négociée (l'auteur fait ici référence aux théories de J.-D. REYNAUD)[1327]. P. FLICHY définit cette interdépendance comme une « régulation conjointe » (2004 : 40).

À l'occasion du trentième anniversaire des ***Lignes directrices*** de l'OCDE, l'économiste Alessandro ACQUISTI expliquait que les modes de régulation jusqu'alors en vigueur devaient être repensés en faveur d'un cadre de co-régulation[1328]. Il complètera cette approche dans l'article de ***Réseaux***, 2011 en évoquant « une combinaison de la technologie, de la sensibilisation et des politiques régulatrices – calibrées pour générer et faire respecter les responsabilités et les incitations adéquates des différentes parties » ; cette combinaison serait alors capable d'« augmenter le bien-être associé à la vie privée (comme dans d'autres domaines de l'économie) », (ACQUISTI, 2011). Ainsi serait préservées l'innovation technologique et la motivation des entreprises, le rôle d'arbitrage et d'audit des institutions publiques et la pragmatique des interactions microsociales. Il faudrait alors repenser la relation qui lie ces groupes d'acteurs, non plus dans une approche agonistique ou opportuniste, selon laquelle la défense des intérêts d'un groupe ne peut qu'avoir des effets négatifs sur les autres, mais comme une interdépendance, dans laquelle la négociation conjointe des pratiques peut conduire à une préservation des intérêts de chacun. Nous retrouvons alors le concept de configuration propre à Norbert ELIAS.

B, La configuration sociotechnique

La sociologie configurationnelle de N. ELIAS pourrait effectivement nous permettre de mieux cerner les compositions et les forces des groupes d'acteurs engagés dans les processus liés à la production, au traitement et à la préservation des données personnelles, et de manière plus générale à l'identité et à la vie privée. Dans ce cadre, le concept de N. ELIAS demande néanmoins une mise à jour en raison de la dimension technique des dispositifs impliqués. Nous pensons qu'à partir de cette redéfinition, ce que Franck REBILLARD appelle une « configuration sociotechnique »[1329], il serait possible de savoir dans quel cadre se négocie une régulation de la vie privée (section B.1) dont les effets touchent l'ensemble des individus engageant des données dans

1327 REYNAUD J.-D., *Les règles du jeu : l'action collective et la régulation sociale*, Paris : Armand Colin, (1989), 1997

1328 "*Co-regulatory framework*", ACQUISTI, 2010, *op. cit.*

1329 REBILLARD F., *Le Web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*, Paris : L'Harmattan, 2007, *op. cit.*

des transactions électroniques, nous amenant alors à considérer la vie privée comme une configuration sociotechnique (section B.2) ; il serait possible de savoir quelle tendance prend cette régulation (section 3.1), dont les effets peuvent intéresser plus spécifiquement les entrepreneurs, les chercheurs et les législateurs.

B.1 Retour sur les configurations d'acteurs

Nous proposons dans un premier temps de regrouper les différentes configurations d'acteurs que nous avons cernées dans les chapitres précédents.

Au niveau des acteurs industriels, l'organisation oligopolistique avec de micros acteurs en périphérie est déjà un premier exemple de configuration (« l'oligopole et la fourmilière », HENNION & VIGNOLE, 1978) : nous avons montré que le conglomérat organisé autour de l'entreprise ***WPP***, ou au sein de la nébuleuse de services gravitant autour de ***Google***, repose sur une offre structurée selon le modèle de l'énonciation éditoriale, « des pratiques de métiers constitutives de l'élaboration, de la constitution ou de la circulation des textes » (JEANNERET & SOUCHIER, 2005 : 6), sur des stratégies en concentration ou diversification par rachat (d'innovation, de partenaires, de brevets, de concurrents), partenariat (sur des branches distinctes de contenus ou de services : ***Facebook***/***Zynga***, ***Spotify***, ***Skype*** ; ***Akamai***) et maitrise des brevets (procédures juridiques autour de ***Google***, ***Apple***, ***Samsung***). L'embauche de cadres provenant de la concurrence (avant d'arriver chez ***Google***, Eric Schmidt était passé par ***Novell***, ***Sun Microsystems*** et le ***Xerox Palo Alto Research Center***, tandis que Vic Gundotra avait travaillé 15 ans chez ***Microsoft***).

Au niveau des acteurs financiers, nous avons montré une configuration partagée entre des sociétés d'investissement (type ***Sequoia Capital***) et des individus, soit fondateurs d'entreprise ayant réussie (Reid Hoffman, de ***LinkedIn***, Peter Thiel de ***Paypal***), soit ***business angel*** (comme Esther Dyson)[1330]. La particularité de cette configuration est de placer ces individus ou leurs représentants dans les conseils d'administration des grands sites web (respectivement pour les exemples précédents : ***Zynga***, ***Facebook*** et ***WPP***).

Une configuration identique se retrouve dans les groupes de recherche et parmi les acteurs techniques : un certain nombre d'ingénieurs salariés contribue à des projets de spécifications de

[1330] Journaliste de formation, spécialisée dans l'analyse financière des nouvelles technologies, Esther Dyson est aujourd'hui un investisseur privé incontournable dans l'économie des start-up américaines : elle se concentre sur l'aviation spatiale, la génétique et les services web émergents. Elle détient (ou a détenu) des parts dans ***23andMe*** (analyse ADN, entreprise fondée par l'épouse de Sergei Brin), ***Delicious*** et ***Flickr*** (deux services vendus à ***Yahoo!***), ***PatientsLikeMe***, etc. Voir <www.edventure.com/board-seats-investments.html>

langages formels (par exemple : David Recordon, membre de la fondation *OpenID*, responsable développement chez *Facebook*, est aussi consultant innovation chez *VeriSign* ; Chris Messina, également membre de la fondation *OpenId*, concepteur d'*OAuth*, est salarié chez *Google*). Il en va de même avec les chercheurs (danah boyd a été embauché par *Microsoft* après sa thèse de doctorat, Hal Varian est l'économiste en chef de *Google*). Il est évident que la structuration des champs économique et scientifique aux États-Unis encourage ce type de transversalité sans qu'il y ait de conflits d'intérêts : en France, on peut citer l'équipe du laboratoire des usages *Sense*, au sein de l'entreprise *Orange*, et par lequel sont passés des chercheurs comme Fabien GRANJON, Valérie BEAUDOIN, Dominique CARDON. À un niveau collectif, les groupes de recherche reproduisent en général l'oligopole et la fourmilière, avec un partenariat financier ou technique de la part des grandes entreprises et des individus moteurs du projet (*OpenId* est sponsorisé par *Microsoft*, *Google*, *Paypal*, *Yahoo!*, *Symantec*, *Verizon* et *PingIdentity* ; *Intel*, *Facebook* et *Deutsche Telecom* sont dans au rang inférieur des sponsors : ils ont chacun délégué un représentant au sein de l'équipe de direction, accompagnant Recordon et Messina dans le développement du projet).

Le groupe de pilotage du NSTIC (IDESG, *Identity Ecosystem Steering Group*), est représentatif de ce genre de combinaison. Les 14 groupes de réflexion qui le composent sont animés par des salariés d'entreprises, des ingénieurs d'autres groupes de recherche, des chercheurs et des membres de la communauté de protection des données personnelles. Les élections à la direction de chaque groupe, ainsi qu'au secrétariat général, ont eu lieu pendant l'été 2012. La liste qui suit est représentative de la configuration générale de la communauté d'acteurs engagés dans des processus liés aux données personnelles et à la vie privée. Nous présentons d'abord le nom du groupe, suivi du nom des deux responsables élus, l'un en tant qu'individu, l'autre comme délégué[1331].

- Secrétariat général : Bett MacDowell (*Paypal*) et Bob Blakley (*Citigroup*)

[1331] La liste exhaustive des partenaires membres de l'IDESG, <www.idecosystem.org/page/members-stakeholder-group>. Entre autres : *Center for Democracy & Technology*, *Electronic Frontier Foundation*, *Electronic Privacy Information Center*, *Future of Privacy Forum*, Jules Polonetsky, Aaron Titus, *Reed Elsevier*, Christine Runnegar, *Department of Homeland Security, Federal Trade Commission*, *Carnegie Mellon University*, *Harvard University*, *InCommon-Internet2*, *Massachusetts Institute of Technology*, *National Security Agency*, AT&T, *Equifax*, *LexisNexis*, *MorphoTrust USA*, *Mozilla*, *PayPal*, *Symantec*, *Verizon*, *GE Healthcare*, *IEEE*, *Intel Corporation*, *OASIS*, *Open Identity Exchange*, *Raytheon*, *SAFE-BioPharma Association*, *World Wide Web Consortium*, Wendy Seltzer, *Adobe*, *Dell*, *HP*, *Lexmark*, *Oracle Corporation*, *Red Hat*, *U.S. Chamber of Commerce*, *Akamai*, *Amtrak*, *Deloitte & Touche*, *Gemalto*, *IBM*, *Jericho Forum*, *MasterCard Worldwide*, *Microsoft*, *Motorola*, *Oberthur*, *Match.com*, *NBC Universal*, *Sony Corporation*, *Visa*.

- Vie privée et libertés civiles : Debra Diener (ex conseiller *privacy* auprès du *Department of Homeland Securiy*) et Aaron Titus (avocat spécialisé dans la défense des libertés civiles en contexte numérique)
- Utilisabilité et facteurs humains : Mary Ruddy (inventeur d'*Higgins*/*Eclipse*)
- Défense des consommateurs : Kaliya Hamlin (identitywoman)
- Gouvernement fédéral : Deborah Gallagher (porteuse du projet ICAM)
- Collectivités territoriales : membre de l'État de Virginie ou du Nevada
- Recherche, Développement, Éducation et Innovation : Jack Suess (*Internet2*, *Shibboleth*)
- Fournisseurs d'identités et d'attributs : *LexisNexis* (annuaire de documents juridiques et financiers, rattaché au groupe *Reed Elsevier*) ou *Verizon* (opérateur de téléphonie) ;
- Interopérabilité : *SAFE-BioPharma* Association (gestionnaire d'identités et de certificats électroniques dans le domaine de la santé), *Surescripts* (prescription médicale électronique), *Janrain* (gestionnaire d'une fédération d'identités basée sur *OpenID*), *DirectTrust.org* (groupe de travail sur un cadre de confiance numérique dans le domaine de la santé)
- Infrastructure technologique : *PingIdentity* (fédération d'identités exploitant SAML, OpenID et OAuth, sponsor d'OpenID)
- Industries régulées : *Aetna* (assureur santé)
- PME : Jay Unger (ancien ingénieur IBM spécialisé dans l'authentification unique, contributeur du NSTIC.US, de *Kantara Initiative* et d'*OpenID*)
- Sécurité : *Gemalto*
- Intermédiaires : Neiman Marcus (revendeur détaillant et à distance dans le domaine du luxe), *LifeLock* (entreprise spécialisée dans la protection des données personnelles), *BITS* (groupe de réflexion sur les technologies dans le domaine financier)
- Non affiliés : Peter Brown (secrétaire général d'*OASIS*, ancien consultant en gestion d'identités pour le Parlement européen)

Parmi ceux qui vont composer l'écosystème identitaire nord-américain, un modèle que nous supposons influencer les futurs dispositifs identitaires en Europe et ailleurs[1332], nous retrouvons les grands noms de la communauté de protection des données personnelles, des entreprises des ICIC et des ICIR, tous les États américains, les universités, les Ministères, les agences gouvernementales, les GAFA et les autres grandes entreprises du web. En ce qui concerne la France, la CNIL a organisé depuis novembre 2011 une large étude prospective sur les enjeux de la vie privée à l'horizon 2020 : si les finalités ne sont pas les mêmes que le NSTIC (de l'opérationnel versus de la prospective), il est frappant de constater la composition du panel d'experts : sur les 42 experts interrogés, 22 sont des universitaires, 7 des chercheurs du CNRS ou de l'INRIA, 11 sont des avocats ou des membres d'association de défense des droits de l'homme, un expert appartient à un corps d'État, et parmi eux deux seulement ont des activités professionnelles à côté de leur charge d'enseignement ou leur engagement dans des projets militants. Si un responsable Informatique & Libertés de Bull sera invité à la table ronde, il n'y a par contre aucun concepteur, aucun opérateur, aucun bénéficiaire, de même qu'il n'y a aucun représentant de groupement d'usagers (du type UFC-Que Choisir) invité à exprimer « une représentation extérieure » à celle de la CNIL, telle que l'annonce les rédacteurs du cahier Innovation & Prospective regroupant leurs opinions[1333]. Dans l'éditorial, Isabelle Falque-Pierrotin s'enorgueillissait de faire discuter toutes les « parties prenantes » de la régulation. Si les avis exprimés sont pertinents, de même que l'initiative est engageante, nous ne pensons pas qu'une telle composition puisse déboucher sur une représentation globale des enjeux de la régulation de la vie privée.

Comme l'évoquait Brigitte JUANALS à propos des comités de standardisation de l'ISO sur la question des identifiants numériques, « le danger est qu'ils [les experts] privilégient les intérêts des organisations qui financent leur présence dans ces instances ». Ce soupçon ne peut être écarté ; de même que celui de la performativité des standards qui résulteront des négociations. Comme le dit l'auteure, « les normes encodent des modes de pensée » (2011 : 173), nous n'y reviendrons pas, y ayant consacré de nombreuses sections.

1332 Nous rappelons que le NSTIC influence directement le projet anglais ID Assurance (qui vise à prendre Facebook et Google comme tiers de certification d'identité dans des transactions avec des organismes publics) : le groupe de pilotage de ce dernier, composé d'entités comme les associations Privacy International ou Big Brother Watch, avait rendu visite au comité de pilotage du NSTIC. Voir <digital.cabinetoffice.gov.uk/2012/10/04/less-about-identity-more-about-trust>. Le projet du consortium européen STORK se fait aussi en harmonie avec les préconisations du groupe de travail de l'article 29, <www.eid-stork2.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=29&lang=en>

1333 Source : <www.cnil.fr/fileadmin/documents/La_CNIL/publications/DEIP/CNIL-CAHIERS_IPn1.pdf>

Dans les négociations autour de la rédaction de l'article 8 de la ***Convention européenne*** ou de l'article 17 du ***Pacte international relatif aux droits civils et politiques***, et plus encore dans la réunion des partenaires du NSTIC, la présence des pouvoirs publics dans la régulation conjointe peut s'entendre comme une forme de gouvernementalité : l'État imposerait ses normes et les relais ne seraient que des agents du « contrôle social »[1334]. Mais à cette lecture foucaldienne des relations entre acteurs sociaux et pouvoirs publics peut s'opposer l'approche durkheimienne des sociétés organiques : face à l'impossibilité de prêter une intentionnalité à l'État et dans le contexte de « déliance » (BOLLE DE BAL, MORIN) ou « désaffiliation » (CASTEL, DE SINGLY) par rapport à une « culture axiologique » (LIANOS), il faudrait alors considérer le passage du « contrôle social » (FOUCAULT) à une « régulation sociale », où l'État établirait un ensemble de normes sociotechniques *avec* les partenaires sociaux, parce que, en tant qu'acteurs de terrain, ils appliqueraient ces normes *avec* les usagers, et parce que ceux-ci *avec* leurs pratiques, seraient à l'origine de nouvelles normes sociales ou dans l'attente d'une normalisation (et non d'une normation).

> « Ce n'est pas le contrôle qui se désocialise mais la socialité qui s'instutionnalise ; ce n'est pas la surveillance qui s'approfondit et s'étend mais la demande de systèmes et de réseaux favorisant la fluidité atomisée qui se propage ; ce n'est pas la liberté qui régresse mais son contenu qui se déplace ; ce n'est pas la stratification qui disparaît mais sa dépendance des jonctions institutionnelles qui augmente ; ce n'est pas la norme et sa fonctionnalité socialisante qui s'effondrent mais leur fondement en dehors des valeurs intériorisées qui se construit », (LIANOS, 2003 : 443)

Nous proposons alors de ne plus penser les relations d'acteurs sur un mode dissociatif[1335] (concurrence entre agents économiques, contrôle social) mais sur celui de la « régulation conjointe » (qui doit s'apprécier ici en termes de *praxis*). La coopération des acteurs montre la compréhension des enjeux qu'ils ont d'une telle architecture, en termes de protection de la vie privée, au niveau économique aussi bien que sociopolitique. Le résultat de leurs réflexions et des négociations qu'ils vont avoir dépasse la simple défense de leurs intérêts respectifs : si un cadre

1334 LIANOS M., « Après Foucault », ***Surveillance & Society***, vol. 1, n°3, 2003, p.431-448 ; LENOIR R., « Contrôle (du) social », ***Informations sociales***, vol. 6, n°126, 2005, p.6-15

1335 Sur les impasses du paradigme dissociatif, entre agir communicationnel et agir rationnel, entre information et communication, entre rationnel et affectif, et ***in fine*** entre public et privé, lire GERSTLÉ J, « Le communication et la dualité public/privé », ***Revue française de science politique***, n°5, 1987, p.659-674. Nous renvoyons également aux critères en mode binaire défini pour différencier les dispositifs identitaires, chapitre 1, section 3.2

général régulant les traitements de données personnelles ne ressort pas du groupe de pilotage, les modes traditionnels de régulation (industriel d'abord, institutionnel ensuite, individuel enfin) vont ressurgir, avec les risques signalés dans les chapitres précédents : même au niveau concurrentiel, les acteurs privés peuvent craindre que n'émerge ou se consolide un autre acteur qui profiterait d'une innovation sociotechnique (comme les réseaux socionumériques, pour lesquels *Google* estime avoir pris du retard et laissé le champ libre à *Facebook*, ou comme la téléphonie mobile pour laquelle *Facebook* estime avoir pris du retard, laissant le champ libre à *Google*).

> « On est en présence de systèmes d'un type qui ne peut plus être adéquatement saisi par un modèle mécanique cause/effet. Les processus circulaires, dont les doubles liens constituent l'une des subdivisions, sont ici la règle »[1336]

L'interdépendance qui noue chacun de ces acteurs correspond à la définition que Norbert ELIAS donnait d'une configuration : il s'agit d'un concept « qui s'applique aussi bien aux groupes relativement restreints qu'aux sociétés formées par des milliers ou des millions d'êtres interdépendants. Qu'il s'agisse de professeurs et d'élèves dans une classe, de médecins et de patients dans un groupe thérapeutique, des habitués d'un café à leur table réservée, ou d'enfants au jardin d'enfants, tous forment ensemble des configurations relativement transparentes »[1337]. Nous avions déjà exploité cette citation dans la présentation de notre méthodologie pour montrer que, à un niveau micro, les relations que nous entretenions avec les apprentis s'apparentaient à une configuration éliassienne (voire aussi chapitre 1, section 1.1C). Nous reprenons cette citation cette fois pour montrer que les rapports qu'entretiennent les acteurs socioéconomiques de la vie privée peuvent également se comprendre comme une configuration du même type, à un niveau méso.

B.2 La « configuration sociotechnique » selon Franck Rebillard

La sociologie configurationnelle telle que la conçoit Norbert ELIAS, dans la première moitié du XX^{ème} siècle, n'intègre pas l'emprise des dispositifs techniques de télécommunication : elle peut expliquer les jeux d'acteurs industriels ou institutionnels qui opèrent ces dispositifs, mais elle en délaisse la dimension technique. Pour articuler les deux, le chercheur Franck REBILLARD propose de compléter l'approche en parlant de configuration « sociotechnique ». Pour cela, il prend la configuration de Norbert ELIAS comme un complément du cadre sociotechnique développé au

[1336] ELIAS N., *Engagement et distanciation. Contributions à la sociologie de la connaissance*, Paris : Fayard, (1983), 1993. Citation page 80, reprise dans HEINICH N., *La sociologie de Norbert Elias*, 2002, *op. cit.*
[1337] ELIAS, *Qu'est-ce que la sociologie ?*, 1970 : 158, *op. cit.*

sein de la sociologie de l'innovation de Patrice FLICHY (chapitre 1, section 1.3A). En reprenant les étapes de cette construction, nous proposons de verser ce qu'il apporte à la compréhension du web 2.0 dans les dispositifs identitaires.

> « L'internet évolue donc en fonction de ces confrontations entre acteurs, et de l'interpénétration des logiques sociales parfois opposées qui ont structuré leur développement antérieur. Le développement de l'internet procède ainsi d'une dynamique cumulative qui lui confère un caractère métissé, imprégné des logiques d'origine de chacun des acteurs impliqués. L'analyse du web 2.0 ne peut dans ces conditions se cantonner à une lecture conjoncturelle et événementielle. Il faut l'intégrer à une perspective bien plus large d'évolution cumulative de l'internet, fondé sur l'hybridation conflictuelle de logiques multiples de représentations, d'applications, et d'utilisations de ce dispositif de communication. Nous avons élaboré la notion de configuration sociotechnique pour rendre compte d'un tel processus : pluriel, évolutif, et cumulatif. », (REBILLARD, 2007 : 125)

Pluriels, évolutifs, cumulatifs étant les processus d'innovation, une telle lecture nous permet à la fois de les identifier, et, les articulant, de ne pas les surdéterminer :

- considérer l'appropriation sans céder au mythe de « l'usager tout-puissant » ;
- réaffirmer la matérialité des artefacts sans verser dans le déterminisme technique ;
- assimiler l'écart de traduction entre les intentions des concepteurs et les interprétations des usagers ;
- appréhender la complexité des réseaux de diffusion de ces innovations sociales, techniques, conceptuelles et pragmatiques.

Ce faisant, F. REBILLARD met au centre des processus d'innovation « la pluralité d'actions issues de la potentialité d'un outil » : ainsi en va-t-il de ce nous avions constaté auprès des apprentis dans le chapitre 6, « chacun *fait avec* son Facebook ». De même, ce que F. REBILLARD *fait avec* le concept pour analyser Internet, nous proposons de le faire avec les dispositifs identitaires. À leur cadre de fonctionnement s'ajoute donc « quatre grandes catégories d'usages » :

- la production et la consommation d'attributs identitaires dans les processus d'identification et socialisation, ainsi que dans l'économie sociale de la réputation ;
- la convergence des logiques d'usage autour de l'identification avec un identifiant unique (appareil ou attribut) pour une pluralité d'usages (transactions commerciales, expressivisme du projet identitaire, prise de parole dans l'espace public, socialisation) ;

- la co-construction du projet identitaire en contexte, avec le support du réseau social et du réseau socionumérique ;
- les pratiques microsociales médiatisées par ordinateur.

À cela, F. REBILLARD rajoute la dimension symbolique du cadre sociotechnique : chez FLICHY, le cadre de fonctionnement se double d'un imaginaire social et technique, un ensemble de représentations et de pratiques qui vont se retrouver dans le cadre d'usage, en synergie ou non avec le propre imaginaire des usagers, ce qu'ils anticipaient de pouvoir faire avec le dispositif. De même qu'il y a constructivisme dans le modèle conceptuel, il y a dans le cadre sociotechnique « construction mentale, autant [que] réalisation matérielle et sociale, à laquelle participent tous ces acteurs. », (REBILLARD, 2007 : 127).

Pourtant, si le concept de P. FLICHY permet de prendre en compte les négociations au niveau micro, entre les acteurs, il délaisse les courants macro (sociaux ou économiques). La dimension temporelle est, selon F. REBILLARD, l'indice d'une évolution et d'une sédimentation au sein du cadre sociotechnique. En effet, la dynamique à l'œuvre dans le passage de l'objet valise au verrou technologique n'intègre pas le fait que l'innovation soit reliée à ce qu'elle entend dépasser. C'est donc sur un temps plus long qu'il faut aborder ce mouvement, non pas sur des décennies mais, à la façon d'ELIAS, sur des siècles : dans le domaine du web tel qu'analysé par F. REBILLARD, le procès historique prend ses racines chez Saint-Simon ; A. CASILLI remonte quand à lui jusqu'à la Bible et aux mythes de Jérusalem. Pour B. MIÈGE, cité par F. REBILLARD, il faut entendre par procès « un mouvement de la société bien identifié, en cours, fait de mutations et de changements divers, et autour duquel, dans le temps long, s'affrontent et se confrontent les stratégies des acteurs sociaux concernés », (MIÈGE, 2007 : 18, cité par REBILLARD, 2007 : 128).

> « Dans une même veine, la démarche consistant à relier le développement de l'internet à des transformations sociétales de longue durée peut, nous semble-t-il, être d'une grande fécondité. En ajoutant des facteurs exogènes (poids du macro-social) aux facteurs endogènes (luttes entre groupes sociaux), une approche inspirée de cette mise en œuvre par Elias permet de compléter l'appréhension du cadre sociotechnique telle que pensée par Flichy », (REBILLARD, 2007 : 129)

Ainsi en vat-t-il du procès historique que nous avons développé en trois partie, celui de l'institution nominale et de sa lente privatisation, du projet identitaire médiatisé dans la seconde modernité et de l'articulation entre espace public et vie privée depuis l'Antiquité jusqu'aux reconfigurations apportées par les dispositifs identitaires.

Cette « historicité dynamique » est la première qualité d'une configuration, à quoi F. REBILLARD rajoute l'interdépendance des acteurs, passant d'un rapport dialectique à une négociation, dans la lignée des luttes de pouvoir analysées par Norbert ELIAS. Enfin, la combinaison d'une temporalité et d'une interdépendance débouche conséquemment sur une « nouvelle structuration », nous dit REBILLARD, et ici l'on se souviendra que chez ELIAS, les deux termes étaient synonymes, nouvelle structuration donc dont la configuration mute indépendamment de la volonté singulière des acteurs : le résultat de la reconfiguration n'est jamais ce qu'attendaient les acteurs au début de la négociation. Ainsi, pour envisager ce que les dispositifs identitaires peuvent faire avec la vie privée, « nous proposons d'employer la formule de configuration sociotechnique » : celle-ci permet en effet de « désigner une modalité évolutive d'agencement social d'une technologie, résultant des relations entre groupes sociaux engagés dans sa conception, son utilisation, et sa représentation, et (historiquement) structurée par ses modalités antérieures comme par les logiques macro-sociales environnant son développement. », (REBILLARD, 2007 : 132).

Nous pouvons dès lors considérer que **la vie privée en contexte numérique relève d'un agencement social de technologies : agencement microsocial dans les interactions médiatisées par ordinateur, agencement mésosocial dans le jeu des stratégies d'acteurs industriels ou institutionnels, agencement macrosocial dans la reconfiguration des frontières entre vie privée et vie publique par l'entremise des TIC.** Toutefois, la formulation de l'auteur nous invite également à **reconsidérer ces agencements sociaux avec les technologies,** nous rappelant l'insistance qui a été la nôtre tout au long de ce mémoire pour ne pas délaisser la couche technique dans l'ensemble de l'analyse. Ainsi, pour contrebalancer une appréciation trop intrusive de la technique, nous proposons dans la section suivante d'aborder les offres logicielles de préservation de la vie privée, cela nous fournira de surcroit les derniers éléments pour compléter notre définition du cadre privatif

3. Le cadre privatif

Inversement à l'exploitation de la technique dans le domaine de la publicité ciblée, il convient d'établir dans quelles mesures la technique, et d'autres formes de dispositif, peuvent aussi prévenir le syndrome transcontextuel et encadrer la décontextualisation des données personnelles, la production des contenus anecdotiques et la préservation de la vie privée en contexte numérique. Ce contexte, pris comme espace de médiation des données, est actualisé *hic et nunc* dans la vie de tous les jours par des artefacts matériels (téléphone, cartes à puce) et des interfaces logicielles

(clients de navigation et pages web) situés au plus près des titulaires. Reprenant le mouvement des données aux contextes, et *vice versa*, nous proposons dans une approche sémio-pragmatique d'envisager les modes de régulation de la vie privée dans cet environnement numérique. Au-delà de cet environnement, nous pensons que l'analyse de ces modes de régulation peut avoir une portée heuristique : nous proposerons ainsi de généraliser ces apports en définissant le cadre communicationnel de la vie privée dans ce que nous avons appelé le « cadre privatif ».

3.1, Approche sémio-pragmatique de l'ingénierie de la vie privée

A, L'ingénierie de la vie privée : une approche technique par les données

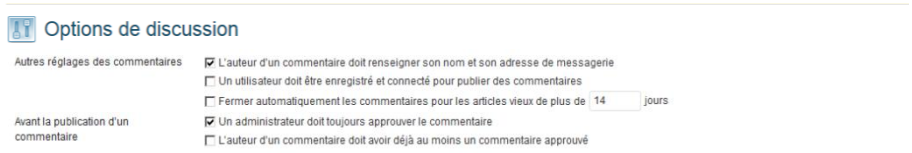
Trois approches techniques apportent déjà des solutions au syndrome transcontextuel des données personnelles, la première centrée sur la protection des données (***data-centric model***), la seconde sur des définitions de rôles (***role-centric model***), la dernière sur les usages individuels (***user-centric model***). Les mentions entre parenthèses montrent dans quelle mesure ces modèles sont conçus outre-Atlantique, et de surcroit selon un paradigme technocentré.

A.1 Les trois modèles centrés sur les données, les rôles, les usages

Le modèle centré sur les données consiste à crypter les données avant toute transaction : un destinataire affiche une clé de chiffrement (dite clé publique) à partir de laquelle un émetteur encrypte le message à envoyer. Le destinataire dispose d'une deuxième clé (dite clé privée) pour déchiffrer le message. La métaphore souvent employée pour illustrer les infrastructures à clé publique (***Public Key Infrastructure***, PKI) est celle d'une multitude de cadenas ouvert qu'un destinataire mettrait à disposition de chaque émetteur désirant verrouiller un message, et pour lesquels le destinataire serait le seul à disposer de l'unique clé ouvrant ces cadenas. Sur cette base, d'autres technologies proposent de fournir aux individus des coffres-forts numériques pour leurs données personnelles (***Personal Data Storage***, PDS), du genre clé USB ou application logicielle mobile. On regroupe ce genre d'objets dans la famille des technologies améliorant la vie privée (***Privacy-enhanced Technologies***, PETs). La nature technique de ces solutions est la cause de leur propre limitation : peu d'utilisateurs disposent aujourd'hui des compétences requises pour traiter avec un serveur de clés publiques, encrypter un message et de le décrypter avec une clé privée, et

ce malgré l'offre logicielle existante (souvent *open source* et gratuite). De plus, une telle infrastructure requiert un soutien des pouvoirs publics, qui devraient reconnaitre la cryptographie comme une nécessité sociale et en conséquence équiper et former les citoyens. Il y aurait alors le risque que toutes les communications soient ainsi cryptées, réduisant à néant l'efficacité des systèmes d'interception des signaux électroniques (COMINT). D'autre part une telle architecture devrait être suffisamment robuste soit pour éviter le vol de clé, soit pour permettre de rendre compte du devenir des données. C'est pourquoi ce genre de mécanismes reste cantonné à l'infrastructure informationnelle des matériels en entreprise, où le niveau de compétence des ingénieurs permet de satisfaire les besoins de confidentialité quand nécessaire.

Le modèle centré sur les rôles est un système provenant de la gestion des systèmes d'information en entreprise, et au départ ne s'applique pas spécifiquement à la préservation de la vie privée. Il consiste à définir des droits aux utilisateurs en fonction de leur rôle dans l'organisation : en fonction des droits, les utilisateurs du système d'information disposent d'accès spécifiques aux données et aux applications. Ce système peut être couplé à une organisation en projet : les droits d'accès sont alors limités aux données et applications du projet. Un utilisateur peut ainsi avoir des droits de lecture dans un projet et des droits d'écriture dans un autre dont il serait responsable[1338]. Dans le domaine qui nous intéresse, ce système s'apparente à la gestion des listes d'amis : le titulaire est l'administrateur du système d'information qu'est sa vie privée. Sur *Google+* ou *Tumblr*, un site de *microblogging* avec des fonctions éditoriales plus riches que dans *Twitter*, comme dans *WordPress*, il est possible de paramétrer, de manière générale ou singulière, la diffusion d'un message mais également la possibilité de le commenter : dans ce cas, il est également possible de spécifier quel type d'utilisateur bénéficiera de ce privilège (n'importe quel visiteur ou visiteur abonné, visiteur anonyme ou visiteur identifié). Le titulaire étant l'administrateur, ce modèle verse alors dans le mode endogène de gestion des rôles, ou modèle centré utilisateur.



Ill. n° 33 : Gestion des droits des commentateurs dans WordPress

[1338] Un article explicatif de Paul Baas, ingénieur en système de gestion d'identités, <www.identity-management.fr/fr/articles/23-un-premier-envol-avec-la-gestion-des-acces-basee-sur-des-roles.html>

Le modèle centré sur l'utilisateur se différencie des modèles précédents en ce que la protection ne s'applique pas de manière binaire sur les contenus (cryptés ou non), mais en fonction des enjeux que l'émetteur perçoit dans son message, ou dit autrement en fonction du contexte de son énonciation. Ce modèle repose donc sur des paramétrages d'interface, comme dans les réseaux socionumériques et les applications de téléphone mobile. Toutefois, la complexité de ces paramétrages autant que l'inconstance de leur cadre de fonctionnement (par exemple avec les mises à jour des règles de confidentialité ou l'évolution de l'interface chez ***Facebook***) font que ce modèle n'est que peu opéré ni opérationnel dans les réseaux socionumériques.

L'une des déclinaisons de ce modèle est la possibilité d'accorder au titulaire des droits juridiques sur ses données personnelles (sous la forme de DRM, ***Digital Right Management***).

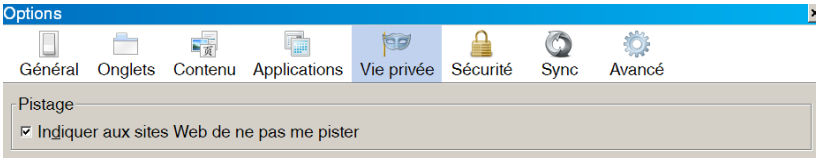
> « L'octroi de droits de propriété exclusifs aux individus sur leurs données personnelles constitue une autre solution possible, mais non pratiquée. Un large débat a eu lieu aux États-Unis sur la forme juridique que pourraient prendre de tels droits exclusifs : droits de possession ou nouvelle forme droit de propriété intellectuelle »[1339]

RALLET & ROCHELANDET, qui citent cet auteur dans leur article de ***Réseaux*** 2011, précisent que les débats ont été abandonnés. Ce serait opérer là une mutation forte dans la doctrine, où le respect de la vie privée est un droit attaché à la personne, et non un droit de la propriété

L'autre déclinaison est d'accompagner l'utilisateur dans la traçabilité de ses données : c'est le mécanisme ***Do Not Track*** évoqué ***supra***. Techniquement, il s'agit de demander au navigateur de signaler à des domaines spécifiques de ne pas écrire de cookies. Quand un client de navigation et un serveur web communiquent des données, celles-ci sont découpées en paquets d'information disposant d'en-têtes, entre autres d'adressage et de reconcaténation des paquets (protocoles TCP/IP). Il est possible de connaitre la page d'origine (`referer`), l'identifiant du dernier routeur (`via`). Parmi ces en-têtes, il en est un qui a été rajouté du nom de `DNT` (***Do Not Track***) avec pour valeur `1` : l'utilisateur ne veut pas être traqué (entre autres limitations : pas de dépôt de cookie, pas de transfert ***via*** d'autres en-têtes) ; `0` : l'utilisateur accepte d'être traqué ; `null` : l'utilisateur n'a pas manifesté de choix. L'utilisateur a alors la possibilité de régler son navigateur sur `0` ou `1` (le `null`

[1339] SAMUELSON P., "***Privacy as intelectual property?***", ***Stanford Law Review***, vol.52, n°5, 2000, p.1125-1173. Cité par RALLET & ROCHELANDET, 2011.

est le choix par défaut conseillé par le W3C)[1340]. Si l'initiative est d'abord légale, dans la lignée des *Do Not Call Lists*, l'initiative technique est à porter au crédit de quelques ingénieurs de la FTC et de la *Fondation Mozilla*[1341]. Le prototype est paru courant 2009. Fin 2010, *Microsoft* est le premier éditeur à implémenter le mécanisme dans son client de navigation (*InternetExplorer*, version 9.0), suivi peu après de *Mozilla Firefox*, puis d'*Apple Safari*. Les autres éditeurs suivront, *Google* promettant que son logiciel *Chrome* supportera l'en-tête DNT fin 2012.



Ill. n° 34 : Option Do Not Track dans le navigateur Firefox

En cochant l'option *Do Not Track* (*front-end politic*), le navigateur charge une liste de domaines réputés avoir des politiques intrusives en termes de collecte de données personnelles. Si ces domaines cherchent à communiquer avec le navigateur, celui-ci leur signifiera le choix de l'utilisateur (*back-end politic*). Un domaine doit en plus faire respecter cette règle aux serveurs qui déposent des cookies-tiers[1342]. *Microsoft* a décidé que par défaut, la règle serait à 1, malgré les pressions des industriels de la publicité en ligne ; cette règle sera reportée dans les prochaines versions à venir du logiciel. Elle sera également proposée lors de l'installation du système d'exploitation *Windows*[1343]. Ces listes sont établies soit par l'éditeur du logiciel (*Firefox* par exemple), soit par des organisations ayant déjà identifiées les acteurs de la traçabilité (la communauté de défense dans le premier cas, et les ICIR dans l'autre). *Microsoft* laisse à l'utilisateur la possibilité de

[1340] La spécification est encore à l'état de brouillon (dernière version : 13/03/2012). Elle est rédigée au sein du W3C par le *Tracking Protection Working Group*, <www.w3.org/2011/tracking-protection> et <www.w3.org/TR/tracking-dnt>

[1341] Parmi eux, nous pouvons signaler Christopher Soghoian, ancien militant de l'*American Civil Liberties Union* (l'Union de défense des droits civiques, .partenaire du NSTIC), conseiller technique de la FTC. C'est aussi par son entremise que fut découverte la campagne de dénigrement à l'encontre de *Google*. Mandaté par *Facebook*, l'agence de relations publiques *Burson-Marsteller* avait approché Christopher Soghoian pour qu'il leur livre des informations compromettantes sur les politiques informationnelles de *Google*. Il avait préféré publié l'échange de courriers électroniques.

[1342] <www.w3.org/TR/tracking-compliance/#compliance>

[1343] Article de Brendon Lynch, *Chief Privacy Officer* chez *Microsoft*, 31/05/2012, <blogs.technet.com/b/microsoft_on_the_issues/archive/2012/05/31/advancing-consumer-trust-and-privacy-internet-explorer-in-windows-8.aspx>

charger parmi quatre listes établies par ces organisations[1344] : *Abine*[1345], *EasyList*[1346], *PrivacyChoice*[1347] et *TRUSTe*[1348].

Si les avancées sont significatives de la part des éditeurs, comparativement à quelques années en arrière où *Microsoft* était identifié comme le nouveau Big Brother, elles sont d'autant plus significatives qu'elles sont soutenues politiquement. Néanmoins, elles posent un certain nombre de questions :

- la composition des listes est assez obscure[1349]. L'étendue des listes est très variable : 217 exclusions chez *Abine*, 567 chez *TRUSTe*, 1275 chez *PrivacyChoice*, 3817 chez *EasyList*. Si *TRUSTe* et *PrivacyChoice* font part de leurs méthodologies[1350], les deux autres sont plus flous (sur *EasyList*, il semble que ce soit les présentations par des contributeurs et les discussions du forum qui aboutissent à des exclusions, au cas par cas). Hormis cette communauté, ces listes sont donc définies par des acteurs privées, qui peuvent avoir pour client des domaines hébergeant des traceurs en leur nom propre ou ceux de tiers. Dans la liste de *TRUSTe*, sont bloqués *A9*, le moteur de recommandation d'*Amazon*, *wordpress.org* (alors que le script de statistiques est sur *wordpress.com*), et surtout *Piwik*, une solution alternative à *GoogleAnalytics*, alors qu'aucun script de chez *Google* n'est interdit (à la différence des trois autres listes). Pourtant, si *PrivacyChoice* bloque *Google* (en fait seulement les deux traceurs de la régie publicitaire, les deux autres listes restantes bloquent également les traceurs d'agrégation et de statistiques), il faut savoir que la base de données employée par

1344 <www.iegallery.com/trackingprotectionlists>

1345 <abine.com>, fournisseur de solutions logicielles pour la protection de la vie privée (notamment *via* des greffons de navigateur)

1346 <easylist.adblockplus.org>, communauté associée au greffon logiciel *AdBlockPlus* pour *Firefox*, un programme qui permet de ne pas afficher de bandeau publicitaire sur les pages web, à partir d'une liste mise à jour par les membres de la communauté

1347 <www.privacychoice.org>, une entreprise fondé par un ancien ingénieur de chez *Yahoo!*

1348 <www.truste.com>, entreprise en position de leader sur la certification des processus électroniques respectueux de la vie privée. TRUSTe propose entre autres d'accompagner les entreprises dans leur mise en conformité avec le cadre réglementaire transfrontalier *Safe Harbor* ou avec la directive européenne 2002/58 (e-privacy, cookie de consentement explicite). L'entreprise propose également un site de sceaux de confiance : ses principaux clients sont *Facebook*, *eBay*, *Apple*, *Disney*, *Cisco*, *Oracle*, *AT&T*. Chris Hoofnagle ou Brendan Lynch font partis des consultants de l'entreprise.

1349 Les quatre listes à télécharger, en date du 15/09/2012 : <easy-tracking-protection.truste.com/easy.tpl>, <glass.abine.com/tpl/abineielist.txt>, <easylist-msie.adblockplus.org/easyprivacy.tpl>, <www.privacychoice.org/trackerblock/all_companies_tpl>

1350 Critères méthodologiques pour l'admission et l'exclusion : principalement l'affichage d'une politique de confidentialité, une option de sortie (opt-out), le consentement, <www.truste.com/privacy-program-requirements/3rd-party-data-collection>

PrivacyChoice provient du consortium *Network Advertising Initiative* censé réguler la publication comportementale : plus de 90 grandes régies y adhèrent, cependant cette initiative est due à *AOL*, *Yahoo !* et *Google*[1351].

- Les spécifications W3C pour l'en-tête DNT (en cours de négociation : les rédacteurs viennent de *Google* et du CDT) prévoient un audit des serveurs : en effet, si le seul espace de production est celui du navigateur ou du premier domaine, rien ne garantit en l'état actuel que le domaine d'un tiers respectera la limitation (*DNT compliance*)[1352].
- Enfin, si *Google* a manifesté à plusieurs reprises son désaccord à propos de *Do Not Track* (dans des interviews, mais aussi dans le choix de ne pas l'avoir encore adopté dans son propre navigateur, enfin en s'appropriant un outil de régulation avec la BDD de *PrivacyChoice*), les acteurs du marché de la publicité en ligne craignent également de devoir supporter le coût d'une telle externalité négative (asymétrie informationnelle du côté des annonceurs). Par ventricularité, il faudrait craindre alors qu'ils mettent en œuvre de nouveaux types de traceurs. Lors d'une table ronde sur la question[1353], réunissant des chercheurs et des entrepreneurs, Helen NISSENBAUM, philosophe de formation et enseignant-chercheur au département *Media, Culture & Communication* de l'Université de New York[1354], explique que les modèles existants (centré sur les données comme avec les *Personal Data Storage* ou centré sur l'utilisateur comme *Do Not Track*) ne restreignent pas l'immixtion technologique dans la vie privée. Esther Dyson, également présente, estime quand à elle qu'il est possible de considérer la régulation par le modèle centré sur l'utilisateur comme un modèle marchand : le titulaire définirait l'offre de données personnelles qu'il veut faire sur le marché des opérateurs de traitement, il deviendrait alors le bénéficiaire.

Cette inversion du rapport de force dans le jeu des externalités amène à considérer autrement la régulation de la vie privée, non plus dans une posture *a posteriori*, où la régulation sociale et légale tenterait de suivre l'innovation marchande, mais dans une posture *a priori*, où le marché

1351 <www.networkadvertising.org/choices>
1352 Les spécifications pour l'espace de médiation client-serveur, <www.w3.org/TR/tracking-compliance> et la discussion pour l'audit des serveurs <www.w3.org/2011/tracking-protection/track/issues/21>
1353 New York, 29/04/2011, <pde.cc/tracking-do-not-track-at-morris-king>
1354 Auteur du livre *Privacy in Context* (2010), et de l'article "*A Contextual Approach to Privacy Online*", *Daedalus*, vol.140, n°4, 2011, p.32-48. Helen NISSENBAUM est également co-fondatrice avec Geoffrey Bowker du *Value-by-Design Council*, un groupe de recherche multi-disciplinaire au sein de la *National Science Foundation* chargé d'élaborer l'architecture future d'Internet, et dans lequel on retrouve Deirdre Mulligan, Yochai Benkler, Tarleton Gillespie, Chris Hoofnagle, Paul Ohm .

proposerait des innovations incluant déjà des modalités de régulation de la vie privée et de modération ou d'accompagnement dans le traitement des données personnelles : cette posture est connue sous le nom de "***privacy by design***".

A.2 L'intégration de la régulation de la vie privée dans la conception de l'innovation sociotechnique

Inverser l'emprise de la technique sur la vie privée revient à inverser les doctrines de régulation : alors que, depuis « le droit à être laissé seul » (WARREN & BRANDEIS, 1890), le titulaire ou le bénéficiaire étaient seuls responsabilisés dans les atteintes à la vie privée, l'un comme l'autre arbitrant dans ces approches finalité et externalité, il est aujourd'hui – dans le domaine du web – des propositions où la responsabilité serait située au niveau du couple de médiation client/serveur, et plus spécifiquement encore dans les applications (web ou mobile). En raison de leur situation proxémique avec les quatre acteurs (titulaire, récipiendaire, opérateur, bénéficiaire), il serait temps, pour certains chercheurs et ingénieurs, d'envisager une régulation dès la conception : deux tendances similaires émergent ici, l'une appelée "***privacy by design***"[1355], l'autre "***responsabilization in design***"[1356], l'une comme l'autre estiment nécessaire d'une part de passer des modèles théoriques à leur application industrielle, d'autre d'envisager moins la régulation de la vie privée comme une forme de contrôle que comme un ensemble de pratiques situées. Néanmoins, si le vœu de migration vers une approche plus pragmatique est affirmé, les pratiques n'en restent pas moins développées par des ingénieurs en informatique ou en électronique, et en fait de pratiques, les innovations se résument à revoir les politiques informationnelles en premier plan ou en arrière-plan. Dans ce domaine, en plus des modèles centrés données ou utilisateurs, deux approches distinctes viennent compléter l'offre – technique – de régulation : une régulation par l'architecture (***back-end politic***) et une régulation par la notification (***front-end politic***)[1357].

[1355] « La régulation de la vie privée par le design » est un concept proposé par Ann Cavoukian, commissaire à l'information à la vie privée de la province d'Ontario, Canada. Voir <privacybydesign.ca>

[1356] « La responsabilisation dans le design » est un concept proposé par l'équipe SPION, Security and Privacy for Online Social Networks, <www.cosic.esat.kuleuven.be/spion>, (Université catholique de Louvain). Il s'agit d'une équipe interdisciplinaire (sciences de l'éducation, informatique, droit – on y retrouve Alessandro Acquisti) coordonnée par Seda GÜRSES (doctorat d'électronique). Voir notamment GÜRSES S., TRONCOSO C., DIAZ C., "***Engineering Privacy by Design***", ***Proceedings of International Conference on Privacy and Data Protection (CPDP)***, Bruxelles, septembre 2011, <www.cosic.esat.kuleuven.be/publications/article-1542.pdf>

[1357] SPIEKERMAN S., "***Enginnering Privacy***", ***IEEE transactions on software engineering***, vol. 35, n°1, janvier-février 2009, p.67-82. S. SPIEKERMAN est un chercheur en systèmes d'information de l'Université de Berlin, il oppose "***privacy-by-architecture***" et "***privacy-by-policy***".

Par l'architecture, il faut entendre tout ce qui relève des protocoles (Infrastructure à clé publique, *Do Not Track* au niveau des en-têtes) et des matériels (*Personal Data Storage, PETs*).

Par la notification, il faut entendre tous les registres d'informations affichées relatives aux politiques de confidentialité.

- *Les conditions d'utilisation*, règles de confidentialité et autres *privacy policy*. Une étude a montré qu'il faudrait 300 heures (7 semaines et demie) pour lire intégralement toutes les règles de confidentialité des services web qu'un internaute pourrait utiliser dans une année civile[1358]. La FTC, comme la CNIL ou le G29 ont indiqué leur souhait de simplifier ces textes. *Facebook* et *Google* ont intégré cette démarche dans leur rédaction des règles de confidentialité ;
- *Les labels d'audit*, tels ceux proposés par *TRUSTe*, dont l'intérêt est de réduire « les coûts de contrôle des exploitants grâce à un niveau d'information supérieur à celui servant à l'élaboration des normes réglementaires », (RALLET & ROCHELANDET, 2011). En privatisant le contrôle et en laissant faire la régulation par le marché, l'État se désengagerait d'un processus de régulation légal, dont le coût lui serait plus élevé que le contrôle des contrôleurs. Les auteurs signalent toutefois des travaux de recherche montrant que les entreprises les moins respectueuses des données personnelles sont plus enclines à se faire certifier[1359] ; et que les entreprises certifiées (par *TRUSTe* et la FTC) sont également plus enclines à tricher[1360] ;
- *Les options d'adhésion*. Il s'agit de recueillir préalablement le consentement du titulaire à la collecte de ces données, à l'inverse de la pratique antérieure où le titulaire devait signifier a posteriori son refus d'une telle collecte (la case à cocher pour recevoir des offres commerciales du fournisseur de service ou de ses partenaires commerciaux).

1358 MACDONALD A., CRANOR L. F. "*Cost of Reading Privacy Policies*", *I/S Journal*, vol. 4, n°3, 2008, <www.is-journal.org/V04I03/McDonald.pdf>
1359 ANDERSON R., MOORE T., "*The economics of security*", *Science*, vol. 314, n° 5799, p.610-613
1360 EDELMAN B., "*Adverse selection in online 'trust' certificates*", *Proceedings of 2nd International Conference on Electronic Commerce (ICEC'09)*, 2009

Ill. n° 35 : Questionnaire d'inscription du site La Redoute[1361]

Sur la liste public-privacy@w3.org, Jules Polonetsky (*Future of Privacy Forum*) estime que certains services ne peuvent souffrir d'être sous le régime de l'*opt-in* : il prend pour exemple les dons d'organe.

> "*Consider organ donation, a very valuable need to society and indirectly to the individual (will there be an organ available if you or your loved one is in need). Spain and Austria have opt-out systems and very high donor rates. Germany and Greece have opt-in systems and very low donor rates*"[1362]

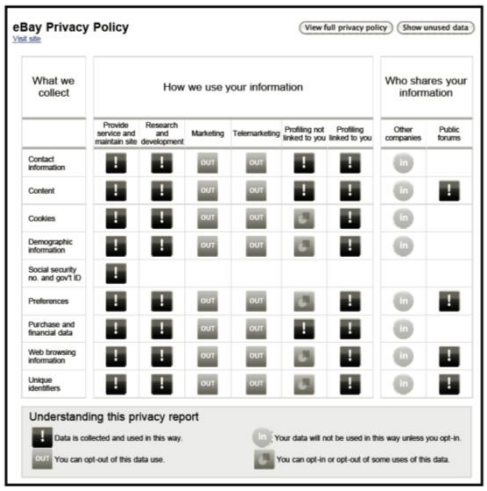
Il y a un risque qu'un accord explicite décourage l'adhésion à un service, même si dans l'exemple il n'est pas juste de mettre à niveau des enjeux de santé publique et des stratégies d'entreprises privées. Toutefois, cela montre que la systématisation d'un tel procédé, indépendamment des enjeux ou des contextes, peut conduire à des limitations aussi bien dans les usages que dans l'offre de service.

– *Les labels iconographiques* de processus en vigueur sur le site ou l'application. Sur le modèle des étiquettes nutritionnelles indiquant la composition en ingrédients en lipides, glucides, etc., les *privacy labels* sont des étiquettes indiquant quels processus de collecte et traitement sont appliqués sur les pages web[1363].

1361 <www.laredoute.fr/Account/CreateProspectAccount.aspx>

1362 "Considérons le don d'organe, un besoin fondamental pour la société et indirectement pour les individus (y aura-t-il un organe accessible si vous ou votre conjoint en avez besoin ?). L'Espagne et l'Autriche ont des systèmes d'opt-out et de forts taux de donneurs. L'Allemagne et la Grèce ont des systèmes d'opt-in et de faibles taux de donneurs », <lists.w3.org/Archives/Public/public-privacy/2011OctDec/0050.html>

1363 KELLEY P.G., CESCA L.J., BRESEE J., CRANOR L.F., "*Standardizing Privacy Notices: An Online Study of the Nutrition Label Approach*". CHI 2010, <www.cylab.cmu.edu/research/techreports/tr_cylab09014.html> (tous quatre sont de *Carnegie Mellon University*; au sein de *CyLab*, un incubateur d'applications électroniques et informatiques ; il est dirigé par Alessandro ACQUISTI) ; KELLEY P. G., BRESEE J., CRANOR L., REEDER R., "*A 'Nutrition Label' for Privacy*", SOUPS 2009 (R. REEDER le dernier est ingénieur chez Microsoft), <cups.cs.cmu.edu/soups/2009/proceedings/a4-kelley.pdf>



Ill. n° 36 : Exemple de privacy label pour eBay

> Soit on considère que ces étiquettes simplifient la compréhension des processus, auquel cas elles réduisent également « les coûts d'information et de vérification supportés par les individus », (RALLET & ROCHELANDET, 2011). Soit on considère que ces processus sont complexes, et dans ce cas elles ne peuvent rendre compte de l'hétérogénéité des traitements : à vouloir être exhaustives, elles en deviendraient complexes, et donc inexploitables. C'est ce qu'Helen NISSENBAUM appelle le « paradoxe de la transparence » (2011 : 36).

Pourtant, il est possible d'avoir une autre lecture de ces étiquettes : Ryan CALO (***Stanford Law School***) estime que non seulement ces labels explicitent les stratégies des bénéficiaires, mais il serait possible également de faire confiance aux individus : s'ils sont capables d'assimiler et appliquer le code de la route, ils devraient pouvoir en faire de même avec son équivalent numérique. Dans le paradigme de Ryan CALO, les individus ont incorporé le code de la route, mais ce qu'il entend par code dépasse un ensemble sémiotique, il s'agit plus, dans son esprit, d'un cadre de pratiques : ainsi donne-t-il l'exemple des piétons. Ceux-ci ont des réactions viscérales quand ils entendent venir une voiture. Le chemin court du complexe amygdalien les fait reculer s'ils avaient l'intention d'avancer : il ne s'agit plus alors d'une assimilation de signaux, mais d'un ancrage corporel de comportements culturels. Il continue en montrant que les voitures électriques, silencieuses, sont dangereuses parce qu'elles n'envoient pas de signaux sonores indiquant leur approche, et de ce fait elles mettent en danger les piétons qui se fieraient uniquement à des stimuli auditifs. C'est pourquoi, poursuit-il, les

constructeurs ont rajouté un enregistrement de moteur pour prévenir les comportements : « Une variété de techniques émergentes peut changer légalement nos processus mentaux sans avoir recours à du texte ou des symboles »[1364]. Ryan CALO envisage alors de fournir des « notices viscérales » relatives au respect de la vie privée : toutefois, il n'en donne pas d'illustration probante. Il nous semble que le niveau de danger est radicalement différent, les atteintes à la vie privée s'appréciant sur un temps long que l'instantanéité de l'accident de la circulation, de surcroit un accident corporel tandis que les atteintes à la vie privée relèvent d'atteintes psychiques. L'intérêt de cette approche est cependant de situer la question à la fois au niveau du contexte (la rue par exemple) et de l'habituation, l'ancrage, l'apprentissage.

Ainsi, économistes, juristes, ergonomes, designers et informaticiens apportent tous des solutions propres à leur discipline. Si RALLET & ROCHELANDET estiment que le "***privacy by design***" est une « chimère techniciste », le réductionnisme qu'ils opèrent en offrant une grille d'analyse limitée à des coûts pour les parties prenantes n'est guère plus opérationnel. Pourtant, si chacune de ces propositions (responsabilisation des applications, étiquettes, notices viscérales, options d'adhésion) butte sur la question de l'hétérogénéité des contextes, c'est peut-être par ce biais qu'il serait alors nécessaire d'envisager des formes de régulation de la vie privée. En effet, toutes ces approches ont en commun d'être centrées sur le service proposé, sans prendre en considération la situation d'énonciation. Ainsi, les dispositifs sont implantés dans le cadre de fonctionnement du service web, à la discrétion des concepteurs qui vont modéliser et représenter les règles de confidentialité et encadrer le traitement des données personnelles produites au sein du site. Ces méthodes ne prennent pas en compte le cadre d'usage situé des titulaires : si une telle régulation est opportune dans l'espace de production de service, elle devrait tout autant l'être dans l'espace de production des contenus anecdotiques des titulaires. La gestion par liste ou cercles d'amis (***Facebook***, ***Google+***) ne correspond pas aux pratiques sociales, et les aménagements déployés par les usagers en sont la preuve : bricolage permanent des paramètres de confidentialité et mise en œuvre de tactiques langagières (allusions, idiolectes, etc.). En revenant sur ces éléments, nous pensons possible d'envisager une approche sémiopragmatique de la vie privée nous conduisant à généraliser le cadre privatif des interactions, médiatisées ou non.

1364 "***Various emerging techniques can change our mental models in legally relevant ways without recourse to text or symbols***", CALO R., "***Against Notice Skepticism in Privacy (and Elsewhere)***", ***Notre Dame Law Review***, vol. 87, n°1027, 2012.

B, La pragmatique de la vie privée : une approche par les contextes

Les espaces public (y compris l'espace sociétal) et commun ont en commun d'avoir pour étage inférieur celui de l'intime et du secret, les deux étant liés par un contrat : **ce que nous appelons cadre privatif désigne** pour l'instant **les conditions de production et réception que le titulaire énonciateur emprunte pour exprimer ses contenus anecdotiques.** Ces conditions prennent corps à l'intérieur de l'individu et à la fois dans les espaces qu'il fréquente : l'intime se situant dans un rapport entre le privé et le public que le psychiatre Serge TISSERON exprime ainsi :

> « Que faut-il donc entendre par "intimité" ? Ce mot ne peut se définir que par confrontation des deux domaines qui s'y opposent : l'espace public et l'espace privé. Le premier engage ce que l'on partage avec le plus grand nombre, et le second ce que l'on partage seulement avec des personnes choisies. L'espace intime, quant à lui, est ce que l'on ne partage pas, ou seulement avec quelques très proches... et aussi ce que chacun ignore de lui-même : c'est à la fois son jardin secret et l'inconnu de soi sur soi. Cette intimité ne se confond pas pour autant avec le secret, sauf à opposer les 'bons secrets', qui seraient ceux de l'intimité, à ces 'mauvais' secrets qui sont les secrets de famille. Le statut de ceux-ci est en effet très différent de celui de l'intimité. », (TISSERON, 2001 : 49)

Si l'intime ne se situe ni dans le public ni dans le privé (entendre ici semi-public, avec une audience, un public), il convient alors également de calquer ce positionnement dans le régime des secrets. Pour P. DEMEULENAERE, sociologue (déjà présenté dans le chapitre précédent), il y a trois types de secrets :

- le secret imposé socialement (le caché, la pudeur, l'ivresse, l'anorexie, les troubles mentaux, etc.) ; à quoi nous rajoutons le secret imposé légalement (secret professionnel, médical, confessionnel ; le secret des sources journalistiques, etc.)
- le secret des activités illégales (le fait de fumer des drogues douces, dans l'exemple de l'auteur) ;
- le secret d'une activité légale mais dont la diffusion est nuisible (le code de carte de paiement) ;

Il apparait donc que les différentes couches de l'intime, articulées avec le secret, traversées par un contexte social et un cadre réglementaire, peuvent franchir la barrière de la vie privée et atteindre l'espace public. Mais cette confrontation à l'autre, à son opinion, à son regard, est aussi une

expérience : celle qui permet à l'individu de se construire. Il faut se souvenir de la réflexivité de l'extime et l'objectivation qui en découle : identification en première instance et validation par les pairs en seconde instance. À ce titre, pris comme secrets, les contenus anecdotiques diffusés en ligne relèvent de cette réflexivité. Il ne faut pas oublier cette fois que le cadre privatif bricolé par les usagers (dans leurs idiomes et leurs réglages de confidentialité, tels que nous les avions abordé dans le chapitre 6) est aussi déterminé par le cadre de fonctionnement fourni par l'opérateur.

> « La capacité d'initiative de certaines décisions peut appartenir à l'individu, ou lui être imposée dans le cadre des règles d'un groupe de référence, ou des volontés des membres d'un groupe de référence. Ainsi, un enfant peut-il faire ce qu'il veut dans ses sorties ou ses fréquentations, et avoir ainsi une vie privée, ou devoir rendre compte de ses actions auprès de ses parents (qui chercheront à les contrôler). Les parents représentent alors du point de vue de l'enfant une sphère publique incarnée par la "famille" par opposition à l'espace privé possible de l'enfant. Au contraire, cette vie intérieure à la famille, pourra relever de la vie privée face au travail professionnel de ses membres (où l'on est amené soit à rendre compte de cette vie familiale, soit au contraire à la tenir à l'écart), lequel peut exercer des contraintes sur les décisions de la vie privée : par exemple susciter des activités entre les employés où ceux-ci sont supposés amener leurs conjoints. Mais la vie professionnelle pourra elle-même relever de la vie privée face à une sphère publique, incarnée cette fois-ci par l'État qui peut, par exemple, choisir d'interférer ou non avec des décisions professionnelles "privée" : par exemple en autorisant ou en interdisant certaines activités professionnelles, comme la prostitution ou la vente d'armes », (DEMEULENAERE, 2000 : 196)

La notion de vie privée se situe dans une interdimensionnalité, une configuration relative de niveau micro, méso et macro, un « complexe de contextes » exigeant chacun un « cadre privatif » spécifique. Les critères définissant les conditions de production et réception d'une part reposent sur la confiance, adressée au récipiendaire ou à l'opérateur dans le cas où ces espaces seraient médiatisés ; d'autre, ces critères sont définis par les situations d'énonciation des contenus anecdotiques.

B.1 La question de la confiance

En plus des exemples proposés par P. DEMEULENAERE, il est d'autre champ d'actions sociales où des éléments personnels sont convoqués et, d'après Helen NISSENBAUM, sont convoqués en toute confiance. Elle illustre ce point avec la banque : le client a confiance dans sa

banque, dans ses appareils, dans l'ensemble du dispositif de transaction électronique, confiance à partir de laquelle il saisit sans ombrage son code PIN sur n'importe quel terminal de paiement. Idem, le patient a confiance dans son médecin, à qui il confie santé et intimité. Le patient sait également que si le médecin discute de son cas avec des collègues, c'est par la nécessité d'un double diagnostic ou d'un éclairage de spécialistes (ce que le Code de déontologie nomme « secret partagé »)[1365]. Dans le protocole médical, il y a consentement explicite pour exfiltration de données personnelles sans connaissance des nouveaux récipiendaires parce que la finalité reste la même : en cela, il n'y a pas violation du secret professionnel[1366]. Il y a la même confiance, ajoute H. NISSENBAUM, dans la déclaration au fisc ou avec son avocat. Pourtant il n'existe pas à l'entrée des hôpitaux ou des cabinets médicaux, dans chaque guichet de banque ou distributeur automatique, sur chaque formulaire de déclaration, un dispositif explicite de notification et de consentement éclairé (nous reviendrons cependant infra sur les zones de confidentialité). Il faut alors s'interroger sur les origines de cette confiance : est-ce le caractère institutionnel (pour les banques), étatique (pour le fisc, l'hôpital) qui génère cette confiance ? D'où viendrait alors celle que le patient accorde son médecin privé ?

Comme Helen NISSENBAUM le propose, nous considérons que la confiance nait de ce que nous croyons les récipiendaires ("***recipients***") soucieux de ne pas procéder à une décontextualisation des données personnelles (de santé, de revenus) ou des contenus anecdotiques que nous leur fournissons. **Croyance et confiance proviennent d'un long apprentissage, d'une sédimentation de pratiques**, pouvant dans une certaine mesure relever d'une incorporation (et c'est là que nous rappelons les "***visceral notices***" de Ryan CALO). H. NISSENBAUM évoque l'idée que nous ignorons le fonctionnement de nos organes corporels mais nous leur faisons quand même confiance. Dans ce système (ou écosystème), comme dans les autres, la confiance nait aussi de la connaissance des finalités, et de l'identification de tous les bénéficiaires (y compris les tierces-parties). Il convient alors de revenir sur cette confiance, dans le cadre des interactions comme dans celui des institutions. Pour cela, nous reprenons les travaux du sociologue Louis QUÉRÉ, qui fait

[1365] Article 4 du *Code de déontologie de l'Ordre des médecins*, <www.conseil-national.medecin.fr/article/article-4-secret-professionnel-913> ; MARCELLI A., *Le secret partagé*, Rapport adopté lors de la session du Conseil national de l'Ordre des médecins, mai 1998, <www.conseil-national.medecin.fr/system/files/secretpart.pdf>

[1366] Dans la pratique orale de ce double secret comme dans celle de la télémédecine, les données sont de plus sont anonymisées. Au niveau langagier, cela donnerait une amorce de ce genre : « J'ai un patient qui a tel symptôme, qu'en penses-tu ? ». A l'inverse, des énoncés tels que « Mon patient de la chambre 102 a tel symptôme » ou « Monsieur X a tel symptôme » éliminent tout cadre privatif.

naitre la confiance d'une double dynamique normative et cognitive engagée dans une forme de pari[1367].

▪ Approche cognitive

Dans un premier temps, prise comme un contrat de délégation ou subordination volontaire de A, la confiance est aussi une contrainte pour B, susceptible de sanction si la confiance n'est pas satisfaite.

> « Faire confiance à quelqu'un, c'est s'en remettre à lui pour l'obtention d'un résultat visé par soi ou pour la félicité d'une transaction, en n'ayant pour garantie que la croyance en sa fiabilité ou sa loyauté. Cet acte comporte un élément de saut ou de pari non entièrement étayé sur des raisons », (QUÉRÉ, 2001)

Face à une situation d'incertitude, la décision de s'engager dans une transaction repose sur la confiance, ou plus exactement sur plusieurs types de confiance, tels que les nomme L. QUÉRÉ :

- d'abord, la confiance est un concept inepte quand elle a pour objet les phénomènes du monde naturel : peut-on ne pas faire confiance à la gravité ?
- dès lors, « la croyance est ce qui reste quand on n'a trouvé aucune raison décisive de se méfier », (*ibid.*)
- la « confidence » est un don sans souci de la prise de risque (*ibid.*), ou avec un souci assumé, comme au sein de l'espace anecdotique ;
- la « confiance décidée » résulte d'un processus cognitif et renvoie à la théorie du choix rationnel et de la réputation[1368] ;
- la « familiarité » est cette confiance qu'on a quand il n'y a plus d'incertitude ; nous reviendrons toutefois sur cette notion propre au sociologue Niklas LUHMANN.

Basée sur une hétérogénéité d'afférences (tous les phénomènes du monde vécu), la confiance connait ainsi plusieurs degrés de sédimentation cognitive (entre un jugement *a priori* sur l'instant ou calculé sur le long terme) et d'inférences décisionnelles (prendre le risque ou pas).

> « Les attitudes de confiance sont habituellement incorporées de manière routinière dans la continuité des activités au jour le jour et sont, pour une large part, imposées

[1367] QUÉRÉ L., « La structure cognitive et normative de la confiance », ***Réseaux***, vol. 4, n°108, 2001, p.125-152
[1368] HARDIN R., "***Do we want trust in government*** ?", in WARREN M.E. (dir.), ***Democracy and Trust***, Cambridge : Cambridge University Press, 1999, p.22-42.

> par les circonstances intrinsèques de la vie courante. Ainsi, la confiance est-elle moins de l'ordre d'un "saut dans l'engagement" que d'une acceptation tacite des circonstances dans lesquelles d'autres alternatives ne viennent même pas à l'esprit »[1369]

Par contre, si la vie privée est « bidirectionnelle » (comme nous l'avions vu avec I. ALTMANN, A. CASILLI ou dans le contrat de veillance mutuelle, au chapitre 6), il nous faut reconnaitre que la confiance sur laquelle repose cette intersubjectivation n'est pas nécessairement réciproque en finalité : comme l'indique L. QUÉRÉ, il est des contextes où c'est moins un pari de s'engager dans une relation que la conscience qu'il n'existe pas d'autre alternative pour l'énonciation de données personnelles. Si le patient confie des données personnelles à son médecin, il n'en attend pas en retour de sa part, mais s'il lui confie des données de santé, il attend par contre un service de santé : si ce dernier ne le satisfait pas, il ira confier ses données de santé à un autre praticien. Il s'agit ici d'une « confiance catégorielle », propre à des catégories d'agents[1370]. Si un amant confie ses sentiments à la personne aimée, il peut s'attendre à ne pas recevoir l'équivalent en retour : il peut craindre pourtant que celle-ci en fasse part à des tiers. Ainsi la phrase « Je te fais confiance » n'engage pas l'autre, le contrat est unilatéral et n'engage pas l'autre à faire preuve de la même confiance (il peut exfiltrer cet aveu), ni de la même confidence (il peut ne pas fournir l'aveu attendu).

Il en va de même avec Internet : si les acteurs publics ou privés opérant le système (FAI, législateurs, fournisseurs d'applications ou de contenus) ne respectent pas la vie privée des internautes, ceux-ci pourraient ne plus avoir confiance dans le système. On revient cependant à l'énonciation alternative, et au choix d'autres opérateurs : or, quelles sont les alternatives à *Google* et *Google Mail*, à *Facebook*, à *Twitter ?* Nous pensons d'une part que la praticité de ces outils associée au fait que le graphe social est déjà recomposé au sein de ces services amoindrit la volonté des utilisateurs à migrer vers d'autres sites web ; d'autre part, il faut reconnaitre l'inexistence de ces outils. Ainsi, *Diaspora* ou *identi.ca* ont été des tentatives de cloner respectivement *Facebook* et *Twitter* en mode distribué (chaque client logiciel a également la possibilité d'agir comme serveur, de plus les données personnelles sont cryptées et stockées côté client). Mises à disposition auprès du public bien après la création et le succès des originaux, ces services n'ont jamais emporté l'adhésion du public, en dehors d'une communauté d'expérimentateurs et, pour *identi.ca*, de

---

1369 GIDDENS A., *The Consequences of Modernity*, Cambridge, Polity Press, 1990. Citation page 90 reprise par QUÉRÉ, 2001, *op. cit.*

1370 OFFE C., "*How can we trust our fellow citizens*", in WARREN, 1999, p.42-88, op. cit.. Cité par QUÉRÉ, 2001, *op. cit.*

défenseurs du logiciel libre[1371]. Ainsi, conformément à l'approche de Louis QUÉRÉ, la confiance dans *Facebook* viendrait de l'absence de concurrents. Si cela peut expliquer l'engagement premier, il nous semble que cela est insuffisant pour expliquer l'engagement de millions d'utilisateurs sur le long terme. À ce propos, l'approche institutionnelle que l'auteur propose en complément nous parait intéressante. Ce sera aussi l'occasion d'en présenter la source à travers la notion de « familiarité » de N. LUHMANN.

▪ Approche institutionnelle

Dans un deuxième temps donc, la question de la confiance se pose également au niveau des institutions. En effet, la réciprocité interindividuelle interroge la forme que prend cette confiance dans les relations avec les institutions. Le sociologue allemand Niklas LUHMANN a longuement travaillé sur les systèmes sociaux, et sa thèse centrale est que la fonction de ces institutions est de simplifier les processus sociaux en réduisant les alternatives trop risquées (comme le troc et la monnaie fiduciaire, de *fides* : la foi), et qu'une défiance à l'égard de ces institutions dévoilerait la complexité des processus, les rendant inopérant. Nous ne rentrerons pas dans la polémique qui l'oppose à Jürgen HABERMAS, nous nous contentons seulement d'en souligner la teneur : alors que l'agir communicationnel accorde au sujet la possibilité d'œuvrer à une éthique de la discussion (et situant la confiance sociale dans cette interlocution, cette construction du sens commun), le fonctionnalisme de LUHMANN adopte une perspective inverse, presque misanthrope : il prend ainsi pour exemple l'institution juridique du mariage, qui survit dans le temps long, alors que le temps court des unions inter-individuelles est soumis aux desiderata des uns et des autres[1372]. Le contrat imposé par le système institutionnel réduirait les aléas de l'affectivité. Sur cette posture (datant de 1968), LUHMANN continue – presque 30 ans après – en caractérisant de « familiarité » le rapport entretenu avec les institutions : il y aurait ainsi une certaine « familiarité » avec des institutions, dont la première pourrait être la famille, suivie de l'école, de l'État, de la banque, mais en fait une confiance première dans les moyens de communication. Le rapport quotidien à ces institutions, dès le plus jeune âge de l'individu comme de la civilisation, assurerait la fonction de synthèse sociale. Plus encore selon le sociologue, ce sont ces institutions, et au premier rang d'entre elles les moyens de communication (et plus encore les

[1371] <www.joindiaspora.com> et <identi.ca>

[1372] LUHMANN N., *La confiance. Un mécanisme de réduction de la complexité sociale*, Paris : Economica, coll. « Études sociologiques», 2006

médias de masse), qui construisent les représentations du social : ne pas croire aux *mass media* reviendrait alors à ne pas croire en la réalité[1373].

Ainsi, comme le remarque H. NISSENBAUM, qui reprend les théories de LUHMANN[1374], la régulation de la vie privée ne sert pas seulement, pas tellement, à protéger l'individu, elle sert surtout à maintenir les institutions. Elle prend l'exemple de l'argument que Benjamin FRANKLIN avait soutenu à propos de l'*US Post Mail* : en garantissant que le courrier ne sera pas ouvert par les fonctionnaires, on garantit que le système est fiable, et on assure sa pérennité. Ainsi la confiance dans l'institution nait de la finalité même de l'institution : or, cette finalité n'est pas l'accomplissement d'un service public au sens large, la finalité d'une institution est de créer de la confiance au niveau sociale.

> « Nous faisons confiance à nos concitoyens du fait que nous partageons un même espace institutionnel qui a un sens pour tous, un sens suffisamment fort pour faire de mes concitoyens, qui dans leur très grande majorité, sont des "étrangers" pour moi, des personnes dignes de confiance, parce que je peux anticiper qu'ils sont sensibles à ce sens. En dernier ressort, c'est cette signification des institutions qui abaisse à un niveau tolérable le risque d'accorder sa confiance à tort »[1375]

Ainsi, la confiance sociale vient de ce que les individus partagent un même espace institutionnel, que nous avions présenté dans le cadre de l'institution nominale et des espaces de noms, de l'injonction à être soi et de l'articulation du public et du privé : parce que les individus partagent cet espace commun, ils peuvent avoir confiance entre eux. Mais dès lors que nous avons confiance dans les institutions parce que les institutions nous permettent d'avoir confiance entre nous, la question de confiance institutionnelle et sociale peut toutefois se poser dans l'hypothèse d'une dégénérescence des dispositifs participant à l'élaboration du sens commun. En effet, de la même manière que les logiques socioéconomiques et l'infrastructure médiatique ont « contaminé » l'espace public, il faut envisager la possibilité que ces logiques associées à l'infrastructure du web social pourrait contaminer l'espace anecdotique : les failles de sécurité, les faits divers sordides et les rumeurs de commercialisation de la base de données vont bon train à l'encontre de *Facebook*, remettant systématiquement en question la confiance que les usagers peuvent avoir dans le réseau

1373 LUHMANN N., « Confiance et familiarité », ***Réseaux***, vol. 4, n°108, 2001, p.15-35
1374 NISSENBAUM H., "Can Trust be Secured Online ? A theoritical perspective", ***Ethics & Politics***, vol.1, n°2, 1999, < www2.units.it/etica/1999_2/nissenbaum.html>
1375 OFFE, 1999 : 71, *op. cit.*

socionumérique. Les derniers moments de rédaction de ce mémoire ont ainsi été ponctués par l'affaire de la republication sur la *Timeline* d'échanges prétendument issus de l'espace de messagerie instantanée de *Facebook*. Il s'est avéré d'une part que cette rumeur avait seulement concernée la France, d'autre part que les productions éditoriales concernées étaient des messages publiées non pas dans la messagerie instantanée mais de manière bilatérale d'un Mur à un autre, c'est-à-dire dans des conditions autorisant la republication. Cet emballement dans l'opinion publique et dans son traitement médiatique montre à quel point cette confiance est ténue et relative à des réglages côté utilisateurs et des définitions côté concepteurs. Lors de l'introduction de son entreprise en bourse, le PDG Mark Zuckerberg avait signalé dans sa lettre d'accompagnement que l'un des facteurs de risque que connaissait *Facebook* résidait dans la représentation que les usagers se faisaient du respect de leurs données par le site web[1376].

B.2 La question du contexte

Pour Helen NISSENBAUM, les normes informationnelles ont évolué du fait de la technique (plus d'acteurs, plus de données, plus de flux), potentialisant les traitements, le risque de décontextualisation et le besoin de régulation. Son hypothèse est de porter les normes sociales qui existent hors-ligne et de les appliquer en ligne : centrée sur le contexte, son approche prévoit de préserver l'intégrité du contexte d'origine. Elle illustre ainsi le cas de ces gens filmés par la *Google Car* et qui se plaignent de se retrouver dans *Google Street View*, à quoi *Google* leur répond qu'ils n'incriminent pourtant pas les passants, qui ont accès à la même scène. Mais pas la même situation, pas le même contexte, explique la philosophe : si on n'a que faire du regard des autres dans la rue, c'est parce qu'on les regarde également. La régulation de la vie privée s'apprécie alors en termes de réciprocité, comme ALTMANN, elle est « bidirectionnelle » ; comme dans les approches économiques, cette réciprocité peut s'exprimer en termes d'asymétrie informationnelle : en l'occurrence *Google*, mais également les internautes, anonymes derrières leurs écrans, savent quelque chose sur les piétons alors que les piétons ignorent qui les regardent. Mais à l'inverse, il n'est pas question de valoriser cette information en termes quantitatifs, de la commensurer pour estimer les externalités : pour Helen NISSENBAUM, c'est une question de principe qu'elle résume dans la volonté de préserver « l'intégrité contextuelle », quelle que soit sa situation, en ligne ou non.

[1376] Voir Facebook et le modèle socio-économique du salon, chapitre 3, section 2.3.D.1 et la note 588 pour les références de la lettre d'accompagnement.

> "*Online activity is deeply integrated into social life in general and is radically heterogeneous in ways that reflect the heterogeneity of offline experience*", (NISSENBAUM, 2011 : 37)[1377]

Ainsi, le web ne constitue pas un contexte singulier ("*a discrete context*" : 38) : toutes les activités sociales peuvent être médiatisées par le web, et chercher à réguler cette médiation dans un seul cadre réglementaire sur le modèle des transactions commerciales ne permet pas de préserver l'hétérogénéité des contextes d'interaction, ou cadre participatif. Au contraire, les processus décisionnels que nous appliquons dans des transactions privatives reposent sur l'identification d'un contexte et de flux d'informations contraires (syndrome transcontextuel) aux normes éthiques et politiques générales (les conventions sociales délimitant les frontières entre privé et public) et aux finalités et registres de valeurs propres au contexte, dont la négociation mutuelle entre titulaire et récipiendaire relève de la configuration du cadre privatif[1378]. Ainsi, chaque contexte singulier résulterait de normes d'action communicationnelle située, négociée entre titulaire et récipiendaire, et de normes d'action communicationnelle instituée, négociée entre titulaire et récipiendaire, opérateur et bénéficiaire, législateur et défenseur. Nous retrouverons cette distinction dans notre définition terminale du cadre privatif.

Cette approche centrée sur la préservation du contexte, développée par Helen NISSENBAUM, a grandement influencée le cadre défini récemment par la FTC[1379]. Si la FTC a retenu le point de vue d'Helen NISSENBAUM, celle-ci regrette néanmoins que ce genre d'organisation, comme le Département du Commerce, n'en reste qu'à une application dans le domaine commercial, sans chercher à l'étendre au domaine social. Il y a ainsi des transactions marchandes qui ne sont pas couvertes par le champ d'application de la FTC, comme toutes les transactions qui passent par le don, tout ce qui relève de l'éducation, de la santé, de la sécurité, de l'environnemental, du sociétal. Il est vrai cependant que cela n'est pas dans leurs attributions, de plus la doctrine américaine se borne à certifier des appareils et des processus, tandis qu'en France et en Europe la doctrine est à la régulation des finalités. Cela souligne *primo* l'impasse à rester dans un seul champ, et *deuxio* le besoin d'avoir une approche globale de la relation entre contexte singulier et vie privée.

1377 « L'activité en ligne est profondément intégrée à la vie sociale et est aussi radicalement hétérogène dans sa façon qu'elle a de refléter l'hétérogénéité des expériences hors ligne »

1378 "*The decision heuristic derived from the theory of contextual integrity suggests that we locate contexts, explicate entrenched informtional norms, identify disruptive flows, and evaluate these flows against norms based on general ethical and political principles as well as context-specific purposes and values*", page 38

1379 MADRIGAL A., "*The Philosopher whose fingerprints are all over the FTC's new approach to privacy*", *The Atlantic*, 29/03/2012, <www.theatlantic.com/technology/archive/2012/03/the-philosopher-whose-fingerprints-are-all-over-the-ftcs-new-approach-to-privacy/254365>

Nous voulons maintenant mettre l'accent sur ce qui nous parait être fondamental dans la singularité des contextes, et dans le même temps régulier dans leur énonciation in situ : nous pensons ainsi qu'une approche linguistique est le dernier élément de compréhension, et dans le même temps le premier élément en termes d'actualisation, de ce qui définit le cadre privatif.

B.3 La question du langage

Nos emprunts à la linguistique s'inspirent d'une part de l'ouvrage synthétique de Robert VION, ***La communication verbale*** (1992), et d'autre part de sa problématique qui est de lever les difficultés à définir ce qu'est une interaction. De la même manière que Roger ODIN avec son modèle sémio-pragmatique, le linguiste fédère les deux modèles (le code et la relation) dans ce que Robert VION appelle une « synchronie dynamique » (1992 : 19), ainsi :

> « Converser avec une personne, c'est soit poursuivre, pour un épisode interactif, une histoire conversationnelle qui s'appuie sur des précédents, soit inaugurer un épisode d'une éventuelle histoire actuelle », (VION, 1992 : 19)

La dynamique proposée nous semble correspondre à la nécessité d'appréhender la temporalité de tout espace de communication. Toutefois, l'approche proposée par R. VION, si elle est pertinente pour l'analyse des interactions langagières, nous semble par contre faillir sur deux points propre au cadre privatif : le premier concerne la finalité des conversations privatives, le second concerne le niveau d'explication de telles conversations, et son inversion dans la communication médiatisée.

Si les interactions verbales se distribuent entre compétition et coopération, le fait que dispute, débat et discussion renvoient quasi exclusivement au premier ordre invite l'auteur à considérer plus attentivement les interactions de type conversationnel, où le mode coopératif offre des « rapports de place » [1380] plus variés : d'une part, les échanges complémentaires se caractérisent par l'absence de parité entre locuteurs (entretien, transaction consultation), d'autre part, les échanges symétriques se caractérisent par l'absence de finalité :

> « un moment de loisir ressenti comme une fin en soi, durant lequel chacun se voit accorder le droit de parler aussi bien que d'écouter, sans programme déterminé ; où chacun reçoit le statut de quelqu'un dont l'évaluation globale du sujet en train […] doit être encouragée et traitée avec respect ; où enfin il n'est exigé aucun accord ni synthèse

[1380] FLAHAUT F., ***La parole intermédiaire***, Paris : Seuil, 1978.

> finals, les différences d'opinion étant réputées ne pas porter préjudice à l'avenir de la relation entre les participants »[1381]

Si l'intérêt de la conversation est de permettre l'échange des opinions, nous considérons dans la foulée de l'espace anecdotique que c'est justement la finalité de telles interlocutions. Ainsi, la typologie proposée ne nous semble pas apte à inclure ce que nous avons identifié comme relevant d'activités langagières porteuses de contenus anecdotiques. C'est là un premier point qu'il nous faudra combler par la suite (section 3.2.B.3, Les situations du cadre privatif élargi).

Le second point concerne les rapports entre explicite et implicite dans le cadre privatif, en comparaison des autres cadres participatifs. Il y a dans le langage (verbal ou non verbal) quantité d'implicite : des indices fournis par le locuteur qui permettent à l'allocutaire d'inférer le sens de la conversation en les confrontant au contexte. Basée sur les maximes de GRICE[1382] et sa théorie de l'implicature conversationnelle, les linguistes Oswald DUCROT[1383] puis SPERBER & WILSON (dans le cadre plus général de leur théorie de la pertinence)[1384] se sont attachés à montrer comment les déictiques actualisent par implicitation le cadre spatio-temporel et référentiel d'une conversation : tandis que le présupposé implicite une phrase (comme « Boire ! » qui implicite la phrase complète « J'ai besoin de boire »), le sous-entendu implicite un énoncé (comme « Boire ! » peut sous-entendre que l'énonciateur a soif, qu'il fait chaud ou qu'il s'agit d'un alcoolique). Or, en mettant l'accent sur les dispositions internes des messages, ces approches restent résolument logocentrées et négligent les interlocuteurs : les lois du discours permettraient seules d'inférer le sens. A partir de théories similaires, il serait possible de modéliser l'implicature conversationnelle dans un logiciel informatique. Surtout, et c'est l'intérêt de s'attarder sur cette théorie, nous considérons que le cadre privatif, quand il concerne des interactionnels, est au contraire dans l'explicitation. Ainsi, alors que l'essentiel serait dans l'implicite, le cadre privatif serait quant à lui résolument dans

---

1381 GOFFMAN, *Façons de parler*, Paris : Minuit, 1987 : 20, note 8 ; cité par VION, 1992 : 120

1382 Les quatre maximes conversationnelles de Grice sont la quantité (le locuteur livre seulement la quantité d'information requise à la compréhension de l'énoncé : « il fait chaud » plutôt qu'« il fait 23°C »), la qualité (le locuteur doit croire en son énoncé et être en mesure de le prouver, de ce qui désactive l'ironie : dire « j'ai chaud » alors qu'on tremble de froid), la pertinence de la relation (le locuteur doit produire une contribution conforme au sens commun : « il fait chaud » alors qu'il neige) et la manière (le locuteur doit fournir un énoncé sans ambigüité ou lourdeur : « le temps qu'il fait aujourd'hui est à l'inverse de celui qu'il faisait cet hiver »). Ainsi, en respectant ces maximes, un allocutaire est capable d'inférer le sens global de l'énoncé, et de le resituer dans son contexte d'énonciation.

1383 DUCROT O., *Dire et ne pas dire. Principes de sémantique linguistique*, Paris : Hermann, 1972

1384 SPERBER D., WILSON D., *La pertinence. Communication et cognition*, Paris : Minuit, 1989

l'explicite tandis que les conversations privées seraient dans l'implicite. Il nous faudra donc préciser ce paradoxe par la suite (section 3.2.B.1, les formes d'explicitation du cadre privatif).

3.2, Définition informationnelle et communicationnelle du cadre privatif

C'est en repartant et en hybridant les définitions de la vie privée et du cadre participatif que nous proposons maintenant de dépasser leurs approches technique, sociologique ou juridique dans une perspective informationnelle et communicationnelle.

Dans cette perspective, nous pouvons dire – pour l'instant – que **la vie privée épouse un espace ayant pour coordonnées des entités soumises à un processus d'identification et d'autorisation dès lors que le titulaire leur communique des données personnelles ou des contenus anecdotiques**.

Reprise en détail, cette définition revient à dire que la vie privée d'une entité (que nous nommerons titulaire : il peut s'agir d'un individu, d'un couple ou d'une famille, d'un groupe d'amis ou de collaborateurs) épouse un espace-temps (logiquement caduque car situé dans la relativité de cet espace-temps) et égocentré ayant pour coordonnées des entités (que nous nommerons récipiendaires) soumises à un procès d'identification (parfois implicite, non formalisé mais de nature nécessairement cognitive) dès lors que le titulaire leur délivre des informations (que nous nommerons données personnelles, et pour certaines d'entre elles contenus anecdotiques).

> « D'un côté, il s'agit de limiter les intrusions de l'extérieur vers l'intérieur de la sphère personnelle. De l'autre, de gérer ce qui sort de cette sphère personnelle pour être révélé dans l'espace public. », (CASILLI, 2010 : 107)

En tant qu'espace circonscrit, il y a violation de la vie privée quand un récipiendaire exfiltre hors de cet espace les données qui lui ont été confiées sans le consentement de leur titulaire. De même, mais dans un mouvement inverse, il y a infiltration quand un tiers (identifié ou non) pénètre délibérément ou non l'espace privatif mais se voit refuser le rôle de récipiendaire. Le rapport de place instauré par le récipiendaire relève de la ségrégation (rôle et rapport de place sont à entendre

dans l'acception goffmanienne, pour le premier terme, et dans son complément par FLAHAUT)[1385]. C'est par un acte de langage que le titulaire sépare les récipiendaires des autres, à ce titre il dispose du pouvoir d'instituer **le cadre privatif**[1386] : **l'ensemble des contraintes identitaires qui pèsent sur le cadre participatif**. En son sein, et suite à cette opération, nous pouvons alors distinguer différents acteurs et agents au sein du schéma actanciel du cadre privatif (A). Le rapport de places instauré par le cadre privatif et les interactions verbales qui s'y jouent parcourent différents niveaux d'explicitation, notamment du fait de l'instanciation du cadre privatif dans un dispositif médiatique (B). Néanmoins, il ne faut pas réduire le cadre privatif à un ensemble de pratiques langagières ni à une simple reconduction du cadre participatif dans la conversation privée (médiatisée ou non) : d'autres situations requièrent également les modalités de régulation qu'impose ou qui sont négociées dans le cadre participatif (C).

A, Le schéma actanciel du cadre privatif et sa mise en dispositif

A.1 Le tiers exclus et l'appairage titulaire et récipiendaire

Le schéma basique se compose d'une dyade entre un titulaire, propriétaire et énonciateur de données personnelles, parmi lesquelles se rangent les contenus anecdotiques, et leurs récepteurs, dorénavant détenteurs de ces données et que nous appelons récipiendaires. Il faut préciser que le titulaire peut être une entité individuelle, ou un groupe de personnes (les parents, la famille, un groupe d'amis, etc.). Autour de cette dyade peuvent se trouver d'autres individus selon les modalités d'infiltration et d'exfiltration. Dans ***Façons de parler***, E. GOFFMAN [1387] distingue plusieurs destinataires pour lesquels nous trouvons des correspondances avec notre schéma :

[1385] Cité par R. VION, l'anthropologue François FLAHAUT part de la linguistique de John SEARLE appliquée à l'explicitation des règles du jeu pour établir la force illocutoire à l'œuvre dans l'attribution des places et la composition d'un système ou rapports de place. Des énoncés comme « Tu seras défenseur » ou « Tu feras Saint-Cyr » disposent de cette force illocutoire situant les individus dans un rapport de places déterminé par l'énonciateur. FLAHAUT F., ***La parole intermédiaire***, Paris : Seuil, 1978

[1386] Nous employons le terme privatif en raison de sa morphologie : le suffixe –atif est un inchoatif (qui marque la faculté à engendrer, déclencher ou favoriser l'action représentée par le verbe). Alors que la première définition du terme signifie la privation comme acte d'enlever une entité à une autre, la seconde signifie l'attribution d'un droit, d'une faculté, d'un usage à une personne au détriment des autres. Source : <www.cnrtl.fr/lexicographie/privatif>

[1387] GOFFMAN E., ***Façons de parler***, Paris : Minuit, (1981), 1987

- Les participants ratifiés, dont les destinataires directs ("*adressed*") et les destinataires indirects ("*unaddressed*"). **Les récipiendaires sont exclusivement des participants ratifiés directs.** Les destinataires indirects participent au secret partagé (en médecine) ;
- Les "*bystanders*", c'est-à-dire les participants occasionnels « non ratifiés », parmi lesquels on trouve les "*overhearers*" (ceux qui surprennent la conversation mais qui sont perçus par les autres) et les "*eaversdroppers*" (ceux qui écoutent aux portes). Non ratifiés, non autorisés à participer au cadre privatif, ces "*bystanders*" sont acteurs de l'infiltration. La traduction française du terme conduit à spectateur, passant, témoin. Aucun de ces termes ne satisfaisant à notre avis la signification originale du terme, nous aurions pu conserver le syntagme anglais pour désigner « ceux qui écoutent aux portes ». En référence au principe d'identité (A=A) et au principe de non-contradiction (A≠B) sur lesquels nous avions fondé notre chapitre 4, nous mobilisons ici le troisième principe de logique formelle du tiers exclu : une proposition est vraie ou fausse sans gradation intermédiaire. **Un tiers est soit récipiendaire des données personnelles, soit est exclu du cadre privatif** : il n'y a pas de rôle intermédiaire (dans une interaction non médiatisée). Nous ferons donc référence à ce terme par la suite.

La ségrégation des récipiendaires et des tiers exclus peut s'entendre comme privatisation du cadre participatif : elle requière alors qu'un dispositif spécifique actualise le cadre privatif. Ce dispositif mobilise des moyens dédiés aux processus d'identification et d'autorisation, à la circonscription de l'espace contre toute infiltration et au maintien de cette circonscription contre toute exfiltration. Dans l'interaction en face à face, seuls les éléments langagiers et cognitifs sont requis : la reconnaissance d'un visage et des locutions à valeur de message-cadre suffisent à circonscrire l'énonciation de contenus anecdotiques. Par contre dans les interactions médiatisées, le dispositif peut aller d'un assemblage *a priori* simple (mais l'enveloppe postale cache autant qu'elle montre la confiance des usagers dans l'institution postale) à un ensemble d'une technicité beaucoup plus complexe (les processus inhérents à la fédération d'identité, d'*OAuth* au NSTIC en passant par *Shibboleth*, voir chapitre 2, section 3.1 : Architecture et pratiques de gestion des identités).

A.2 Le tiers inclus ou l'appareillage dans le dispositif et la paire opérateur récipiendaire

Dès lors que le cadre privatif est instancié dans un tel dispositif (simple ou complexe, électronique ou non), il se doit d'intégrer la présence d'un nouvel acteur, plus précisément d'un nouvel agent : **l'opérateur**. Celui-ci est en effet l'**agent de la médiation technique du dispositif**, il n'est chargé que du mécanisme de transmission des données entre le titulaire et les récipiendaire : s'il a connaissance de ces données, il sera considéré également comme récipiendaire et sera soumis à la même interdiction d'exfiltration. Il doit aussi empêcher l'infiltration du cadre privatif.

La question se pose de savoir si un opérateur peut ne rien savoir de la transaction qu'il opère, ni s'il peut éviter d'interpréter le peu d'informations auquel il a accès : un facteur qui distribue des courriers à en-tête d'une institution bancaire, puis judiciaire, qui distribue des revues (même sous pli discret) ; une standardiste, ou une assistante de gestion, et plus encore une assistante de manager qui est dans un lien proxémique avec son responsable, traite son courrier postal et électronique, son agenda et ses déplacements sont autant d'opérateurs que de récipiendaires. Il en va de même avec l'enseignant à qui l'élève confie un contexte familial, des problèmes de santé ou des peines de cœur, mais aussi des résultats scolaires et des compétences pratiques ou intellectuelles. Dès lors, nous invitons à **considérer l'opérateur comme un tiers inclus dans le cadre privatif**.

Les coûts de déploiement et de maintenance de tels dispositifs ont pu inciter les opérateurs à tirer un bénéfice de leurs activités ; de même les attentes en termes de mise à disposition d'un cadre privatif médiatisé ont pu motiver des entrepreneurs à marchander de telles offres de service. Dans un cas comme dans l'autre, nous appelons ces opérateurs des bénéficiaires : les partenaires techniques ou marchands qui tireraient profit d'une quelconque opération dans la chaine éditoriale des données personnelles sont également apparentés à cette catégorie d'acteurs. Nous ne reviendrons pas sur ces éléments présentés dans le chapitre 3.

Cela étant, il ne faut pas conclure que tout opérateur est systématiquement bénéficiaire de la transaction qu'il assure, et il est nécessaire de faire preuve de vigilance dans l'identification des rôles joués par les différents acteurs d'une transaction de données personnelles en contexte numérique. Ainsi, par exemple, s'il ne semble pas – à notre connaissance – que *Firefox* tire un profit de l'affichage des pages de *Facebook* ou de *Google*, il n'en va pas de même quand ces pages

sont affichées dans *Chrome* ou *Androïd*[1388]. Qu'en sera-t-il également quand *Facebook* sortira son téléphone ou son système d'exploitation ?

B, Les modulations et modalités du cadre privatif

Le cadre privatif peut d'une part se moduler en fonction du degré d'explicitation contenu dans l'énonciation. D'autre part, cette modulation est dépendante des modalités contextuelles liées au dispositif dans lequel s'instancie le cadre privatif.

B.1 Les régimes d'explicitation et d'implicitation du cadre privatif

À la différence des interactions verbales, dans lesquelles l'implicite occupe une place centrale (à tout le moins selon les théories d'inspiration gricéenne, voir section 3.1.B.3), les interactions qui se nouent au sein du cadre privatif opèrent sur le principe inverse : ici, c'est le mode explicite qui prédomine et prédétermine les échanges. Si cette explicitation s'actualise dans le langage, elle se module différemment quand le cadre privatif est instancié dans un dispositif.

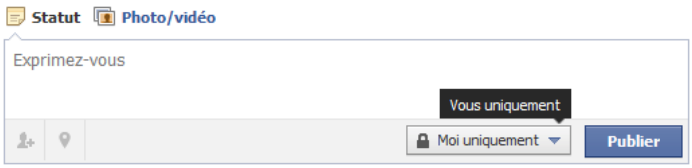
Des phrases comme « Tu promets, tu racontes à personne ! », « Ça reste entre nous », « Tu gardes ça pour toi » sont typiquement des « messages-cadres » (au sens de BATESON) signifiant de manière explicite que la conversation se situe dans le cadre privatif. Les messages d'adolescents postés sur la porte de la chambre (à l'encontre du reste de la fratrie ou des parents) sont des messages similaires : ils instancient le cadre privatif requis pour la *bedroom culture*, ils créent cette zone franche, cette hétérotopie dans un espace lui-même privatisé par d'autres dispositifs (voir le chapitre 6, section 1.1A sur la volonté d'échapper à l'intrication de l'espace en s'enfermant dans le laboratoire).

De même, les "*overhearers*", ceux qui surprennent la conversation, ou n'importe quelle action que le titulaire juge appartenir à sa vie privée, sont exclus du cadre privatif par des locutions spécifiques : « Ça ne te regarde pas », « Ça concerne les parents », « C'est pas tes oignons », parfois sous forme non verbale (tel le claquement de porte).

[1388] Le navigateur *Chrome* dispose de multiples canaux à destination de la maison mère : sont notamment transmis tout les éléments saisis dans la barre d'adresse (qui peut servir de barre de recherche), corrélés à un identifiant unique pour chaque logiciel installé. Il n'est pas possible de savoir si ces informations sont versées au département en charge du moteur de recherche ou à la régie publicitaire. Source : blog officiel du client de navigation, rédigé par Ian Fette, Product Manager <blog.chromium.org/2008/10/google-chrome-chromium-and-google.html>

En plus de ce cadrage identitaire, et pris **dans la perspective d'un espace anecdotique, la teneur des énoncés exprimés ne souffre pas de rester dans l'implicite** : une fois réunies les conditions de félicité de l'expression anecdotique par la construction d'un cadre participatif, cette expression devrait avoir pour objectif de satisfaire les conditions de vérité du sujet énonçant. L'espace anecdotique, protégé par le cadre privatif, est en effet l'occasion pour l'énonciateur d'expérimenter, auprès de ses pairs, ses postures, ses opinions, son projet identitaire. Cette proposition risque néanmoins de réduire le cadre privatif à un statut normatif et fonctionnaliste. Nous verrons que, selon certaines modalités et situations, cette idéalisation du cadre privatif ne tient plus.

Alors que l'explicitation est de rigueur dans les interactions en face à face, l'instanciation dans un dispositif avec un tiers inclus oscille entre implicite et explicite. Tandis que les politiques informationnelles en arrière-plan ("*back-end politics*", ROGERS, 2003) relèvent plus spécifiquement du non-dit, les politiques informationnelles de premier plan ("*front-end politics*") relatives aux règles de confidentialité en vigueur sur le site web sont elles exprimées, à défaut d'être explicites. L'enjeu des *privacy labels* et de la politique menée aussi bien par la FTC ou par la CNIL et le G29 est de faciliter l'explicitation, et donc la compréhension du cadre privatif proposé par les réseaux socionumériques et les sites marchands. Ces étiquettes viendraient se cumuler à divers arrangements textuels et iconiques déjà présents, tel le cadenas de *Facebook*.



Ill. n° 37 : Instanciation du cadre privatif appareillé dans Facebook

Associé au formulaire de rédaction des statuts, ces réglages nous renvoient aux analyses menées dans le chapitre 6, à propos des productions éditoriales des apprentis. Nous avions montré en quoi une analyse conversationnelle ne devait pas se borner aux seuls messages (approche immanentiste) mais devait intégrer l'histoire interactionnelle des acteurs (approche sémio-pragmatique). Outre que cela reboucle avec la méthode immersive que nous avions employée (chapitre 5), une telle analyse invitant à considérer de manière égale le message et le contexte nous faisait constater qu'un moment conversationnel est rempli d'implicites faisant référence à des épisodes précédents. Ainsi en allait-il des déictiques servant ainsi à marquer le contexte dans l'énonciation : nous en avions

une illustration avec un statut comme « Je pense à elle » (Extrait n°15 : Allusion de Bérénice, en page 444). Or, nous avions expliqué que l'usage du déictique lors de l'énonciation sans explicitation du contexte originel permettait à l'énonciateur (et à son allocutaire) d'être les seuls capables de comprendre la valeur du message. Dès lors, **le cadre privatif en contexte numérique cumule à la fois une explicitation, sur la base de réglages proposés par l'opérateur et aménagés par l'usager, et une implicitation actualisée par le titulaire à destination de ses récipiendaires.** Très souvent, les tiers exclus marquent d'ailleurs leur incompréhension face à des locutions allusives.

Extrait n° 19 : B le tiers exclu du cadre privatif limité par l'implicature conversationnelle sur Facebook

Ainsi, le degré d'implicature dans l'énonciation sur les réseaux socionumériques, associé à d'autres combinaisons langagières comme la référence à l'histoire interactionnelle, l'allusion par citation, la "*private joke*", l'usage de déictiques ou d'idiolectes, la relégation explicite de la conversation dans un cadre privatif, permettent selon nous de compenser les limites perçues et bricolées du cadre de fonctionnement privatif proposé par les opérateurs. **La potentialisation langagière et microsociale de ce cadre privatif permet d'équilibrer les externalités inhérentes au modèle socio-économique du salon**. De plus, il s'agit là, parmi d'autres, d'un mode de composition du cadre privatif.

B.2 Les modes de composition du cadre privatif

La circonscription d'un espace de production et de réception des données personnelles et des contenus anecdotiques peut suffire à se prémunir de toute infiltration, par contre elle ne peut

en garantir l'exfiltration dans d'autres espaces. Le pari pris par le titulaire énonciateur repose donc sur la confiance qu'il accorde à ses pairs et aux tiers : confiance dans les récipiendaires pour les pairs, et confiance dans les opérateurs pour les tiers.

À propos de l'exemple précédent, nous pouvons affirmer que le **cadre privatif aménagé** par l'implicite du titulaire énonciateur est efficace : dans l'exemple, B (pourtant le frère de Jolène) reste en périphérie de la signification. Surtout, nous pouvons requalifier le cadre privatif comme étant partagé avec les autres récipiendaires. Dans l'exemple, A et C disposent d'une connaissance suffisante du contexte pour inférer l'énoncé de Jolène : non seulement elles infèrent la suite de l'énonciation, conformément à l'invitation de l'énonciatrice, mais de plus elles n'exfiltrent pas d'éléments signifiants à destination de B, ni de quelconque autre lecteur de cette conversation. Enfin, Jolène déplace le cadre privatif en dehors de *Facebook*, parce qu'elle souhaite pouvoir identifier ceux et celles à qui elle souhaite annoncer ses « bonnes nouvelles », or le dispositif de *Facebook* ne le lui permet pas.

Ce cadre aménagé est centré sur le titulaire : il peut être respecté par les récipiendaires lorsqu'il y a sollicitation à interagir, mais également il peut suffire à protéger des pratiques solitaires. À ce premier mode, nous proposons d'ajouter un **cadre privatif négocié** entre titulaire et récipiendaire, ou quand les titulaires recouvrent plusieurs entités (comme dans le couple) : les titulaires négocient un cadre privatif dans lequel ils pourront interagir (se disputer, s'ébattre, s'écouter).

À cette confiance centrée sur le récipiendaire, nous proposons d'ajouter la confiance accordée à l'opérateur quand un dispositif est requis pour maintenir l'interaction. Un premier mode concerne uniquement les interactions médiatisées par ordinateur, telles celles que nous avons présenté dans les chapitres précédents : il s'agit en l'occurrence de construire un **cadre privatif appareillé** au dispositif, et reposant sur des mécanismes informatiques tels que la gestion des cookies, des en-têtes et l'explicitation en premier plan des règles de confidentialité. Il se peut évidemment que le respect de la vie privée soit requis dans d'autres cadres que celui de la socialisation : les questions de santé notamment, et l'entretien médical, requiert un cadre privatif spécifique entre un patient titulaire et un médecin récipiendaire, qui sera également opérateur de ce cadre puisque tenu par le secret professionnel à ne pas divulguer les données de santé qu'il a reçu. Dans d'autres registres, toutes les professions soumises au secret (clergé, avocat, journaliste) se trouve être dans cette situation hybride du **cadre privatif institué**.

Les quatre modes hybrident à la fois des formes de régulation langagières, logicielles/matérielles et légales, parfois avec certaines prédominances. Ainsi, alors que les modes aménagé et négocié

reposent principalement sur la dimension langagière et l'aménagement matériel (les portes fermées), le mode appareillé repose principalement sur la dimension matérielle et logicielle propre à tout dispositif d'interaction médiatisée (sans négliger la dimension langagière des règles de confidentialité ni le cadre réglementaire), tandis que le mode institutionnel est soumis à une régulation légale (à base langagière). Dans ce dernier cas, s'il peut sembler que le cadre privatif institué repose sur un régime explicite dans la mesure où nul n'est censé ignorer la loi, dans la pratique il n'y a pas forcément explicitation du cadre privatif avant l'interaction : par exemple, il n'est fait nulle mention dans le cabinet du médecin du secret professionnel[1389]. Enfin, en reprenant la discussion que nous avions construite autour de Louis QUÉRÉ et Helen NISSENBAUM, nous pouvons dire qu'**entre le titulaire et le récipiendaire, il y a un rapport de confiance située**, tandis qu'**entre ceux-ci et les opérateurs, il y a un rapport de confiance institué**. Il n'y a donc pas la place pour un rapport de confiance envers les bénéficiaires tant que leur présence n'est pas explicitée dans le schéma actanciel du cadre privatif.

<table>
<tr><th></th><th>Cadre privatif</th><th>Régimes d'explicitation</th><th>Rapport de places</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Confiance située dans le récipiendaire</td><td>Aménagé</td><td rowspan="2">CP explicité dans l'énonciation</td><td>Tout le monde peut être exclu</td></tr>
<tr><td>Négocié</td><td>Titulaire et récipiendaire excluent les tiers</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Confiance instituée dans l'opérateur</td><td>Appareillé</td><td rowspan="2">CP explicité dans le cadre de fonctionnement, implicité dans le cadre d'usage</td><td rowspan="2">L'opérateur et ses partenaires peuvent devenir bénéficiaires</td></tr>
<tr><td>Institué</td></tr>
</table>

Tableau n° 16 : le cadre privatif

B.3 Les situations du cadre privatif élargi

À partir de ces modes, il est possible d'envisager que le cadre privatif concerne d'autres situations communicationnelles, à partir desquelles il sera aussi possible de revenir sur le caractère normatif et fonctionnel évoqué précédemment.

Plusieurs situations de communication ont déjà été abordées, nous complétons la liste avec d'autres exemples qui nous permettrons de forclore notre acception du cadre privatif et de voir

[1389] À l'inverse, la grille du confessionnal est censée préservée l'anonymat du pénitent (facultatif depuis Vatican II), puisque le prêtre n'est que l'opérateur d'une médiation entre le croyant et Dieu.

dans quelles mesures il est possible d'élargir son application et de s'en servir comme heuristique pour l'analyse de situations de communications variées.

Ces situations reposent d'une part sur les degrés d'association, entre absence et confusion, des cadres privatif et participatif ; d'autre part sur les degrés d'engagement, entre intention et évitement, des différents acteurs.

L'acception première était de **considérer le cadre privatif comme une privatisation d'un cadre participatif :** plusieurs contextes peuvent justifier une telle confusion entre les deux cadres. La conversation privée (amicale ou familiale) est évidemment l'exemple le plus probant où le cadre participatif est négocié afin d'exclure des tiers. Dans le même registre, certaines interactions en contexte professionnel se déroulent avec une juxtaposition d'un cadre participatif (avec un rôle de places définis par la hiérarchie) et d'un cadre privatif (entretien d'évaluation, réunion confidentielle, délibération de jury, conseil de classe).

▪ Les structures du cadre privatif

Dans cette situation, le cadre privatif est explicité par l'aménagement (le manager qui ferme la porte, la zone de confidentialité que l'on peut trouver dans les guichets de banque, de certaines administrations ou d'enseignes commerciales ; les sceaux de confidentialité sur les documents d'information classifiée de type « Classé secret défense ») ou par l'institution (le secrétaire ou le président de séance qui rappelle les règles de confidentialité de la réunion).

Ill. n° 38 : Zone de confidentialité aménagée au guichet d'un concessionnaire automobile

À cet égard, la ***Chatham House Rule*** est un cadre privatif explicite et institué, en vigueur dans le milieu des affaires anglo-saxon[1390].

> « Quand une réunion, ou l'une de ses parties, se déroule sous la règle de Chatham House, les participants sont libres d'utiliser les informations collectées à cette occasion, mais ils ne doivent révéler ni l'identité, ni l'affiliation des personnes à l'origine de ces informations, de même qu'ils ne doivent pas révéler l'identité des autres participants. »

Des principes similaires régissent les réunions des Alcooliques anonymes (AA) :

> Tradition n°12 : « L'existence de AA repose sur le principe de l'anonymat. Les AA ne veulent pas que les noms des membres soient cités dans les médias. Les membres ne dévoilent pas les noms d'autres membres aux personnes extérieures »[1391]

Les AA organisent deux types de réunion : ouvertes (aux compagnons de vie) et fermées (réservées aux seuls alcooliques). Ces dernières ont pour seule exigence « de ne pas dévoiler, à l'extérieur, les noms des membres AA présents »[1392]. Si les réunions mettent en avant les échanges entre alcooliques, le principe de spiritualité et la centration sur l'individu seul susceptible de faire le choix de la sobriété impliquent de reconsidérer la prise de parole : les analyses conversationnelles, linguistiques ou sociolinguistiques telles que listées par Robert VION ne sont pas adaptées à l'aveu confidentiel : aucun exemple donné ne se conforme à cette situation d'énonciation. Or, cet aveu est l'une des étapes obligatoires[1393] dans le processus de sevrage : il ne s'agit pas de rendre public sa dépendance mais bien de l'exprimer auprès des proches, dans un espace anecdotique où se

---

1390 Formalisée en 1927 au sein de l'Institut royal des affaires internationales du Royaume-Uni, la ***Chatham House Rule*** est appliquée notamment au sein de l'Internet Society et les codes déontologiques des journalistes. <www.chathamhouse.org/about-us/chathamhouserule-translations>. The ***Cider House Rules***, le titre original du roman de John IRVING *L'œuvre de Dieu, la part du Diable* (Paris : Seuil, 1985, 1986) s'appliquent à l'orphelinat dans lequel le docteur Larch pratique des avortements : les règles de confidentialité similaires aux jeunes femmes qui y rentrent. La FAQ de la Chatham House Rule indique qu'il est possible de tweeter une réunion située au sein de cette règle à condition de ne pas citer les intervenants : "– ***Q. Can I 'tweet' while at an event under the Chatham House Rule?***
– ***A. The Rule can be used effectively on social media sites such as Twitter as long as the person tweeting or messaging reports only what was said at an event and does not identify - directly or indirectly - the speaker or another participant. This consideration should always guide the way in which event information is disseminated - online as well as offline.***"

1391 Sur le site web français des Alcooliques Anonymes : <www.alcooliques-anonymes.fr/aafr/qui-sont-les-aa/l-association-aa/2-ce-que-aa-ne-fait-pas>

1392 <www.alcooliques-anonymes.fr/aafr/qui-sont-les-aa/la-methode-aa/27-quest-ce-qu-une-reunion-ouverte>

1393 5ème étape des AA : « Nous avons avoué à Dieu, à nous-mêmes et à un autre être humain la nature exacte de nos torts. »

construit un nouveau projet identitaire, et en toute quiétude puisque cet aveu se déroule selon les conditions du cadre privatif aménagé par le titulaire ou négocié par les AA. **C'est le cadre privatif qui fait d'un espace public un espace anecdotique.** Cela étant, **l'espace anecdotique ne requiert pas obligatoirement de cadre privatif dès lors qu'on le considère comme espace de publicisation des singularités subjectives**. Il est par exemple des cas d'émissions de type télé-crochet (*Star Academy*, *Nouvelle Star*, *Top Chef*) où le candidat fait la démonstration moins de ses talents que de sa singularité : toutefois, la coprésence d'une audience invisible (télévisuelle) et d'un jury (professionnel) rend ambigu cette définition et nous amène à envisager des études plus approfondies sur cet **espace anecdotique à infrastructure médiatique**. De même, d'autres situations de communication, sans arrière-plan artistique, nous permettent d'avancer dans la théorisation du cadre privatif.

▪ Les conditions du cadre privatif

Robert VION montre que les exemples proposés par d'autres chercheurs (« le chat est sur le paillasson », « je vous félicite ») déterminent l'analyse et biaisent la généralisation qu'ils en font. Si l'aveu prend la forme d'un monologue, et ne s'énonce pas dans l'intention d'un dialogue, ni dans un rapport de places incluant un conseiller, nous pourrions dire que le cadre participatif se résume à sa plus simple modalité, à savoir le cadre privatif : **c'est parce que le cadre privatif existe que l'aveu confidentiel peut être énoncé dans un cadre participatif sans attente d'autre interaction que la seule réception**. Posée telle quelle en regard du cadre participatif, cette construction revient à **considérer le cadre privatif comme une hétérotopie communicationnelle**.

Il est possible cependant de **concevoir le cadre privatif sans présence d'un cadre participatif**, à tout le moins d'un cadre construit intentionnellement pour des interactions. De nombreux phénomènes sont ressentis comme des atteintes à la vie privée dans la mesure où des éléments personnels sont perçus par des tiers, proches ou non. Pour expliciter ce point, nous prendrons l'exemple de l'**acte de surprise en absence de tout cadre privatif** : le fait d'être vu entrer ou sortir d'un magasin, d'un cabinet médical, d'un guichet, le fait d'entendre et de voir les agissements des voisins peut suffire à produire chez le témoin des inférences à l'égard du titulaire, parmi lesquelles nous retrouvons la réputation. Le titulaire est en effet démuni de tout cadre privatif puisque surpris dans l'espace public de la rue. Mais cette hypothèse n'est vraie que dans la mesure où le témoin, tiers inclus malgré lui dans la vie privée du titulaire, exfiltre ce phénomène enrichi par son interprétation propre, ou l'offrant à l'interprétation d'une audience (comme le légitiment les paparazzis). Dans le cas contraire, c'est le récipiendaire qui décide d'aménager un cadre privatif au bénéfice du titulaire, signalant par là qu'il ne veut participer à un cadre commun d'expérience

puisque le titulaire ne le souhaitait pas. L'acception normative du cadre privatif ne tient plus dès lors que le cadre privatif se situe cette fois dans l'espace de réception, avec une démarche interprétative propre au témoin : le cadre privatif sert ainsi moins à exprimer des conditions de vérité qu'à **protéger les conditions de félicité de la subjectivité**. La situation inverse est toute aussi recevable, tel le cas des communications privées surprises dans l'espace commun (conversation de voisins au bistro ou au téléphone dans les transports publics) : l'affirmation de sa subjectivité est marquée par le refus d'instaurer un cadre privatif, alors qu'il serait possible de reporter la conversation à plus tard, ou de s'aménager un espace approprié (tel le geste du Président Nicolas Sarkozy quand il utilise son téléphone pour des communications en public).

Ill. n° 39: le geste privatif de Nicolas Sarkozy dans ses communications téléphoniques[1394]

En effet, **le point commun de toutes ces situations est qu'elles sont centrées sur le sujet avant de l'être sur la relation** : qu'il s'agisse d'encadrer les expériences du projet identitaire (énoncées dans l'espace anecdotique), les phénomènes vécus par le titulaire (et surpris par un tiers inclus malgré lui) ou les contenus qu'un sujet souhaite énoncer auprès d'une audience ciblée (en contexte professionnel définissant des tiers exclus), ou bien au contraire de transférer ces informations dans un cadre commercial (dont le traitement conduira à l'offre de biens et services ciblés), toutes ces situations sont centrées sur l'identification des tiers, une condition préalable et

[1394] Source : © Frederic Sierakowski/Isopix/Sipa. Cette photo illustre un article du *Point* (06/01/2010) sur le nouveau téléphone crypté développé par *Thalès* et offert au Président de la République. Cet appareil propose en l'espèce un cadre privatif appareillé. <www.lepoint.fr/actualites-technologie-internet/2010-01-06/nicolas-sarkozy-a-teste-le-teorem-son-futur-telephone-crypte/1387/0/411021>

sine qua non à la relation. Ainsi, **notre conception du cadre privatif** ne réduit pas la place de la relation : elle **repose** au contraire **sur les conditions potentielles par lesquelles un sujet peut construire une relation**.

B.4 La privatisation du cadre privatif

Dans le cadre aménagé, les conditions de la relation privative s'établissent de manière endogène, à la discrétion du titulaire ; dans le cadre négocié, c'est à la discrétion des actants. Dans les deux cas, le titulaire seul ou accompagné de ces énonciataires procèdent à la définition de leur cadre privatif. Dans les autres modalités, ils peuvent en être dépossédés : c'est pourquoi nous parlons de privatisation du cadre privatif. Il ne s'agit pas simplement d'une privatisation dans l'ordre économique, simplement parce que les opérateurs seraient des agents économiques du secteur privé : il est d'une part de nombreuses situations où les opérateurs appartiennent au pouvoir public (comme ce fut le cas en France jusqu'en 1988, avant la création de *France Telecom*) ou agissent dans le secteur associatif (comme dans notre exemple des Alcooliques Anonymes), il est d'autre part de nombreuses situations où le cadre privatif institué peut englober des situations dans lesquelles l'ordre économique est extérieur à la relation (comme dans le domaine de la santé ou du culte).

En fait de privatisation, nous considérons plutôt qu'elle agit comme syndrome transcontextuel dès lors que le cadre privatif intègre un tiers inclus dans son opérationnalisation. Pour cela, nous rappelons que nous considérons **la vie privée comme un objet-frontière**, soumis à des influences réciproques de la part des différents acteurs engagés dans le procès de la communication anecdotique. Cependant, les formes de privatisation qu'opèrent chacun des acteurs ne s'entendent pas de la même manière, et n'aboutissent pas pour l'instant à une configuration stabilisée.

Au niveau légal, la privatisation du cadre privatif provient de la relégation à une assemblée représentative du pouvoir d'établir un cadre réglementaire, faisant que des instances fédérales (aux États-Unis) ou transnationales (en Europe) délimitent un corpus de pratiques pour l'ensemble de leurs représentés. Ce mécanisme a selon nous deux conséquences sur le cadre privatif :

- **les représentations du cadre privatif que se font les législateurs peuvent ne pas correspondre à des représentations culturelles localisées** (*West Coast*/*East Coast* aux États-Unis ; Europe de l'Ouest, Scandinavie, pourtour méditerranéen et Europe de l'Est ont tous des pratiques privatives différentes). Nous en avons vu des exemples à propos des divergences entre la Hongrie et l'Union européenne, de même qu'en Corée du Sud, ou dans ce que nous avons la ventricularité des

tendances légales. L'adoption de lois comme le *Do Not Track* a été contesté par *Google* en Californie, de même que l'adoption du NSTIC a été polémique pour de nombreux citoyens qui craignaient une emprise fédérale sur leur identité. Des débats similaires ont été menés en Angleterre à propos de la carte d'identité, ou en France lors du vote de la LOPPSI (voir notamment la section 2.1 de ce chapitre pour les références) ;

- en plus d'une acculturation, la privatisation concerne également les procédures mises en place : par exemple avec la mise à jour de la directive 95/46/CE, nous avons vu que les procédures de déclaration et de recours étaient confiées à un correspondant interne à l'organisation (idem, section 2.1). Alex Türk craignait ainsi que se rompe le contact entre les citoyens et l'autorité nationale. **Il y aurait privatisation des possibilités de régulation avec l'opérateur du cadre privatif puisque celui-ci serait placé en première instance dans la médiation avec ses usagers** : dans l'hypothèse que se confirme cette option dans la mise à jour de la directive (déjà actée par les opérateurs), l'autorité nationale de régulation n'interviendrait qu'en seconde instance.

Au niveau logiciel, l'instanciation d'un cadre privatif par les dispositifs identitaires en mode endogène poursuit la privatisation opérée par le constructivisme des schémas de données et par l'hybridation des fonctionnalités avec les pratiques individuelles. Nous avions déjà vu dans quelles mesures le modèle conceptuel du cadre de fonctionnement des dispositifs identitaires conduisait à une privatisation épistémique et pratique. Une même dynamique semble se dessiner à propos des modalités de régulation du cadre privatif appareillé :

- le W3C avec la standardisation des langages formels et plus globalement la dynamique d'enrichissement sémantique de toutes les ressources numériques, *Google* avec sa politique d'identification des contributeurs de ces ressources appliquée à n'importe quel agent individuel d'une transaction électronique, *Facebook* avec le même vœu de globalisation par la sémantique de n'importe quelle relation médiatisée, tous ont en commun d'être les instigateurs d'espaces de nom, de schémas de données, de modalités d'interconnexion de ces données et de particularités de traitement algorithmique s'appliquant aux ressources collectées jour après jour. **À cette privatisation épistémique s'ajoute une privatisation dans l'ordre des pratiques sociales** : la socialisation médiatisée, impondérable d'un monde de flux, ne peut s'opérer aujourd'hui qu'à travers un oligopole d'acteurs économiques (*Facebook*, *Google+*, *Twitter*). Nous ne reviendrons sur le constructivisme inhérent à

la modélisation d'une représentation du social (vu dans le chapitre 2, section 1.3.C.2 : « la construction de la réalité »), ni sur les effets qu'un tel cadre de fonctionnement peut avoir dans les registres d'action (vu dans le chapitre 7, section 3, sur le management de la vie affective, le personal branding et le lissage comportemental) ;

- si les modifications apportées aux réglages de confidentialités dans les sites de socialisation répondent à une mise en conformité avec un cadre réglementaire, l'évolution de ce dernier est imputable aux modalités du cadre de fonctionnement initial : c'est bien parce que *Facebook* ou *Google+* appareillent la médiatisation de soi et de sa vie sociale avec une politique informationnelle de premier plan souvent difficile à appréhender (*front-end politics* : mécanisme des options d'adhésion opéré dans des cases à cocher et conditions générales d'utilisation présentées dans des documents rédigés) que les usages sociaux de cette confidentialité en contexte numérique conduisent à des maladresses (fatales dans de rares occasions), des apprentissages par essai/erreur et des bricolages. En plus d'un cadre réglementaire, le cadre d'usage de cette confidentialité est certes l'objet d'un aménagement, mais cet aménagement intervient *a posteriori* et sur des dispositifs appartenant à des acteurs socioéconomiques privés : des études devraient être menées pour voir dans quelles mesures les pratiques socioculturelles du cadre privatif localisées chez les concepteurs sont transférées chez des utilisateurs d'autres zones culturelles. De même que la politesse des premiers pénétrait l'apprentissage du monde social chez les seconds, et comme les modulations du cadre privatif participent de cette politesse dans l'altérité (en incluant ou excluant l'autre dans sa vie privée), il serait possible d'envisager que cette socialité soit altérée d'abord par un cadre privatif dont l'appareillage serait défini dans un autre contexte socioculturel, ensuite par la dimension instrumentale d'un tel appareillage, dont **les routines applicables en contexte numérique pourraient inspirer les contraintes de n'importe quelle situation de communication placée sous cadre privatif**.

Au niveau microsocial, l'obligation d'en passer par un dispositif pour maintenir des interactions multi-situées permet de poursuivre l'histoire interactionnelle dans un dispositif approprié, mais dont la position quasi-monopolistique de ce dernier bride les possibilités d'aménagement.

- Il y a privatisation du cadre privatif dans la mesure où titulaire et récipiendaires s'aménagent un cadre privatif appareillé par l'opérateur : cet aménagement réside en grande partie dans les pratiques langagières (présentées dans la section 3.2.B du chapitre 6). Elles nous semblent être en l'état actuel des fonctionnalités proposées

par les opérateurs des réseaux socionumériques les seules modalités de préservation de la vie privée. Or cet aménagement est loin d'être acquis dans les pratiques, et les représentations que les usagers se font du cadre privatif appareillé laissent à penser qu'il est considéré comme équivalent d'un cadre privatif négocié entre les seuls interactants. Ainsi, les conversations considérées par les actants comme relevant de la sphère privative sont éditorialisées dans des dispositifs au sein desquels l'appareillage prévoit une publication des échanges. Les exemples du licenciement pour dénigrement de la hiérarchie sur *Facebook*, ou les tweets échangés entre magistrats en assise[1395], montrent bien comment, même chez des adultes, **il y a confusion entre le cadre négocié et le cadre appareillé, et donc illusion d'une privatisation du cadre conversationnel sur le dispositif**.

- En effet, le cadre privatif appareillé pour les interactions médiatisées par ordinateur reste la propriété de l'opérateur : quelle que soit la négociation qu'il peut construire avec ses usagers, le cadre privatif n'est instancié que dans le cadre de fonctionnement du service : toutes les solutions envisagées (métadonnées, *privacy labels* et règles de confidentialité) restent systématiquement ancrées dans l'espace de production du concepteur, rejoignant les principes du *privacy by design*. Les fonctionnalités présentes dans les interfaces, si elles sont manipulées par les usagers, n'en restent pas moins une offre initiée par l'opérateur, pour lesquelles l'usager doit, et peut, « faire avec ». Malgré le fait qu'elles se revendiquent être centrées sur l'utilisateur, ces pratiques nous semblent marquer les limites des approches contemporaines relatives aux questions de préservation de la vie privée en contexte numérique, et au-delà. C'est pourquoi nous invitons, par l'heuristique que nous apporte la notion de cadre privatif, à **reconsidérer la régulation de la vie privée par une approche centrée sur l'espace de production des contenus anecdotiques du sujet titulaire et sur l'espace de médiation avec ses récipiendaires.**

Pour terminer, nous voudrions évoquer la première hypothèse d'un rapport entre le cadre privatif et le procès de civilisation. Le cadre privatif s'inscrit en effet parmi les autres apprentissages de la

[1395] Fin novembre 2012, le vice-procureur et le président du tribunal d'instance de Mont-de-Marsan échangeaient des tweets sarcastiques pendaient les audiences, jusqu'à ce qu'un conseiller de la Cour de cassation leur signale, toujours par *Twitter*, le manquement déontologique. L'un des deux interlocuteurs répond alors que « si ça se voit, je suis d'accord » pour dire que c'est problématique, autrement dit, cet échange n'est pas déontologique s'il sort du cadre privatif imaginé par les deux individus. <www.sudouest.fr/2012/11/28/les-tweets-etaient-de-trop-892145-7.php>.

pudeur, de la régulation des pulsions et de l'autocontrôle, bref des normes sociales. Ici, des études complémentaires pourraient être conduites sur l'assimilation de la notion de vie privée et les pratiques de cadrage des parents à l'adresse de leurs enfants. Selon nous, le cadre privatif fait effectivement parti de ces composants socioculturels inculqués dès le plus jeune âge. Nous rappelons d'ailleurs qu'il sert de paravent pour l'apprentissage des normes sociales (chapitre 6). Or, des cohortes d'usagers adolescents ou adultes se situent aujourd'hui dans une phase où le cadre privatif se trouve mis en tension par de nouveaux entrants dans les formes de médiation (courtage de contenus anecdotiques) et de régulation (protection dans le traitement des données personnelles). Dès lors, l'explication que nous pourrions fournir aux craintes exprimées quant à une soi-disant fin de la vie privée tiendrait plutôt d'une *reconfiguration des conditions d'extimité sous la contrainte de dispositifs identitaires*. En effet, la mutation qui a lieu d'être pointée du doigt réside dans la reconfiguration des jeux d'acteurs engagés dans la médiation et la régulation de la vie privée. Si l'on se situe sur un axe temporel, la régulation de la vie privée était d'abord orchestrée au seul niveau légal par des acteurs institutionnels dans des instances nationales ou transnationales (les déclarations successives, depuis le *Bill of Rights* jusqu'à la directive 95/46/CE). Les acteurs privés ne sont arrivés qu'après coup, en étant à la fois l'objet et l'acteur principal de la régulation. Toutefois, si ce sont les politiques informationnelles de *Google* ou *Facebook* appliquées à la médiation des données personnelles (dont les contenus anecdotiques) qui ont conduit les législateurs à protéger les usages individuels, c'est le jeu concurrentiel (entre éditeurs de réseaux socionumériques – *Facebook*, *Twitter*, *G+* – et entre éditeurs de logiciels de navigation – *Firefox*, *IE*, *Chrome* –, *Google* se trouvant dans les deux branches) qui a conduit à la mise en place de nouvelles procédures de préservation de la vie privée : ces procédures restent ancrées dans le cadre de fonctionnement des dispositifs identitaires à base endogène, en effet, ces mêmes acteurs participent conjointement aux commissions législatives – la FTC, le G29 et aux groupes de réflexion et de mise en application des écosystèmes informationnel – le W3C – ou identitaire – le NSTIC.

Ainsi, notre deuxième hypothèse rejoint les conclusions auxquelles nous étions arrivés à propos de la privatisation du cadre de l'institution nominale (I^{ère} partie) : nous ne reviendrons pas sur le constructivisme abordé à l'instant, mais nous rappellerons cependant les effets qu'avait pu avoir la présence d'agents opérateurs au sein de ces dispositifs, dans des contextes sociohistoriques certes différents ("Dark side of numbers", de SELTZER & ANDERSON, 2001)

Dès lors, **si, par définition, le cadre privatif s'entend comme une privatisation des conditions d'énonciation des contenus anecdotiques, les aménagements du niveau micro**

restent placés sous l'emprise du cadre de fonctionnement établi au niveau méso que le niveau macro essaie de réguler, au profit des acteurs du niveau micro.

Ainsi, **le cadre privatif regroupe l'ensemble des contraintes identitaires portant sur les contextes de production ou de réception d'une subjectivité située**. En termes d'identité, l'énonciation n'a lieu que si le titulaire a identifié et autorisé son audience ; en termes d'interaction, l'énonciation n'a lieu que s'il y a eu notification de la privatisation du contexte et des énoncés *Dans le modèle du salon, le cadre privatif permet de réduire le syndrome transcontextuel dont bénéficient les acteurs économiques. Dans la veille mutuelle, le cadre privatif protège l'apprentissage des normes sociales. Dans l'espace anecdotique, le cadre privatif autorise une publicité précédant celle que le titulaire pourrait tenir ultérieurement dans l'espace public.* Enfin*, le cadre privatif est l'un des éléments socioculturels structurant et structuré par le procès de civilisation. La reconfiguration du cadre privatif par l'emprise de nouveaux dispositifs et de nouveaux acteurs en position quasi monopolistique amène cependant les usagers à multiplier les tactiques d'appropriation pour contourner l'appareillage technique imposé par la sphère marchande. Pour terminer, le cadre privatif désigne l'ensemble des contraintes méthodologiques à identifier et lever pour conduire une observation au plus près des membres d'une population donnée.*

C, La bulle du cadre privatif appareillé

Pour conclure, nous voudrions insister sur un mode du cadre privatif, quand il est instancié dans les dispositifs d'identification et de socialisation en ligne : nous avions énoncé précédemment une comparaison entre le navigateur web et les hétérotopies telles que définies par Michel FOUCAULT. Dans l'optique d'une surveillance adulte, nous avions envisagé le navigateur comme espace de socialisation alternative : les adolescents et les apprentis n'ayant pas d'autres lieux où laisser leurs traces, ils investissaient de manière massive les réseaux socionumériques et leur espace de médiation : messagerie instantanée, blog avec commentaires, profil sur les sites de socialisation, etc. Cependant, notre démarche multi-située nous enjoignait à considérer la socialisation comme se déroulant dans plusieurs espaces-temps, le navigateur étant à même de permettre cette ubiquité d'être dans un espace et de converser dans un autre, rendant alors possible cette intersection des cercles sociaux qui définit l'être ensemble. Ce retour aux définitions premières fournies par la sociologie de TARDE ou SIMMEL (et dans une certaine mesure FREUD et ELIAS) nous semble trouver un écho à la fois dans la sociologie moderne, dans la philosophie de ce moment moderne, et dans la pensée critique des objets techniques de cette modernité.

Nous avions en effet invité à considérer la vie privée comme un « complexe de contextes », dont l'instanciation via des dispositifs nous la faisait comparer, elle et ses dispositifs, à des « objets-frontières », (GRIESEMER & STAR). Ici, la métaphore employée par le philosophe allemand Peter SLOTERDIJK est pour de multiples raisons éclairantes de ce que nous concevons comme cadre privatif : d'abord en raison du cadre théorique dans lequel il se situe, et dans lequel il est mobilisé, ensuite en raison de la proximité conceptuelle qu'il orchestre autour des tensions entre « bulle » et « écume », entre isolat et relation.

Dans le triptyque constituant sa « sphérologie »[1396], « bulles » (***Sphères I***), « globes » (***Sphères II***) et « écumes » (***Sphères III***) sont les métaphores que P. SLOTERDIJK emprunte pour expliquer le rapport de l'individu au monde. Ce sont surtout les concepts de bulle – qu'il emprunte à GOFFMAN (1973) et d'écume qui nous intéressent ici[1397]. La bulle – sphère individuelle propre à l'urbanité – serait ainsi le milieu (au sens simondonnien du terme) de l'individuation de l'être (au sens heideggerien), et serait dans un rapport de relation avec les bulles des autres individus proche de ce que l'on trouve dans l'écume des vagues : un brassage éphémère qui rend possible l'individuation autant que la disparition de la bulle.

Pour Bernhard RIEDER, cette sociologie formelle non seulement dépasse les notions de communauté, société, réseau ou foule, mais également est seule à même de définir conceptuellement l'individualisme de masse, ou « individualisme connecté » (FLICHY) qui correspond à l'époque contemporaine[1398]. « Dans l'écume, dit-il, il y a à la fois co-isolation et co-fragilité ». Cela nous semble correspondre à ce que nous entendons par cadre privatif : il y a co-isolation dans la mesure où chacun aménage son cadre privatif et y inclue des pairs (et ici l'auteur fait référence au dialogisme de BUBER ou LEVINAS), et donc il y a co-fragilité car la tension ainsi créée entre les cadres privatifs des récipiendaires peut conduire à des infiltrations ou exfiltrations de contenus anecdotiques.

> « Dans une situation où la masse n'est jamais qu'à un clic de souris, où les interactions de faible intensité [et ici l'auteur fait référence à la force des interactions faibles de CARDON *et al.,* 2008], nous mettent en permanence en contact avec l'autre, les entrées

1396 SLOTERDIJK P., ***Sphären I-III***, Frankfurt : Surhkamp, 1998-2004. Édité en français : Bulles (I), Paris : Pauvert, 2002 ; Écumes (III), Paris : Maren Sell, 2006 ; Globes (II), Paris : Maren Sell, 2010

1397 La traduction française du tome II ayant été plus tardive, elle explique peut-être aussi sa faible inscription dans les réflexions des auteurs – français – que nous allons citer.

1398 RIEDER B., « De la communauté à l'écume : quels concepts de sociabilité pour le "web social" ? », ***tic&société***, vol.4, n°1, 2010

> et sorties de la bulle doivent être filtrées et contrôles de manière flexible », (RIEDER, 2010)

Peter SLOTERDIJK explique ainsi que « les individus sont socialisables dans la mesure où une sorte d'écluse aérienne les met en capacité de quitter l'espace dyadique primitif [la bulle] pour accéder à l'espace polyvalent des contacts sociaux, et même à des liaisons ayant un caractère non obligatoire. […] Les individus autocontrôlés peuvent s'offrir les uns aux autres des garanties réciproques d'innocuité », (Sphère III, p.271). Autour de la bulle se trouve donc une membrane, « le passage entre intérieur et extérieur [pouvant] être régulé en termes aussi bien de quantité que de qualité. Les caractéristiques spécifiques des fonctions "interface" [chez nous, la fonction de moniteur] et "filtre" [chez nous, la fonction de sas] d'une membrane [chez nous le cadre privatif] dépendent très largement des spécifications du système en question », chez nous le CP appareillé. Or ici, B. RIEDER ne s'attarde qu'aux systèmes des sites de partage, rencontre ou socialisation, au détriment des négociations « informelles » que peuvent tenir les usagers : nous avons montré au contraire comment les titulaires et récipiendaires aménageaient des tactiques de préservation de leur cadre privatif par l'entremise de moyens langagiers. Par contre, pour le philosophe allemand, cette membrane ne peut rendre possible l'autocontrôle (au sens éliassien) que si elle suit le crédo suivant : "***Making immune system explicit***", cette explicitation étant – au niveau micro – le mode privilégié du cadre privatif.

Or, le fait que le navigateur soit à la fois le support (au sens de MARTUCCELLI) de l'identification et de la socialisation, bref des interactions sociales mais également le lieu de régulation du cadre privatif (aménagé, négocié, appareillé ou institué) octroie à cet objet sociotechnique, multi-situé dans différents objets, à la frontière de différents cercles sociaux, un rapport anthropologique nouveau, proche selon de ce que Dominique BOULLIER situe dans sa théorie de « l'habitèle ». Se basant sur l'étymon du terme, ***habere*** (avoir), D. BOULLIER dresse le rapport d'appropriation que l'homme a construit avec différents objets techniques : l'habit (vestimentaire), l'habitat (domestique), l'habitacle (nomade). Ainsi, seraient passés des vêtements (déjà analysés dans la ***Distinction*** de BOURDIEU) aux sacs à main et à l'habitacle des voitures, des stocks de fragments infra-ordinaires qui, une fois agrégés, recomposeraient l'identité individuelle. Proche de l'acception de la "***privacy***", l'habitèle tendrait également vers la nouvelle génération de ces appendices techniques équipant l'être urbain, et dont l'archétype est le téléphone mobile. Véritable support de « l'identité numérique », au dire de l'auteur, l'habitèle regroupe nos traces d'interactions et transactions mais surtout nos cercles sociaux et la possibilité de passer de l'un à l'autre sans hésitation, ou presque : « Le passage d'un monde à l'autre reste marqué par une hésitation (Tarde). Passer d'un monde à l'autre, c'est être soumis à un rayon d'imitation différent, à une influence

différente. Mais, avec le téléphone portable, cette hésitation a lieu à l'abri des regards et des réactions des autres, ce qui n'aurait pas été possible dans l'espace urbain, et encore moins traditionnel. L'habitèle est un "abri pour l'hésitation", entre tous nos mondes d'appartenance désormais sous la main »[1399]. Or cette habitèle est une bulle, nous dit Dominique BOULLIER[1400], à la fois cette sphère que GOFFMAN entraperçoit dans les rapports interindividuels, cet objet-frontière propre à Susan L. STAR, cette métaphore qu'emploie SLOTERDIJK. Et cette bulle se trouve appareillée dans le téléphone mobile, ce « néo-document » combinant les formes du vu, du lu et du su (SALAÜN), et faisant se rejoindre la chaine d'approvisionnement et de la chaine des attentes individuelles (SEARL), avec lequel surtout les usagers entretiennent une certaine « familiarité » (au sens de LUHMANN).

Ainsi, nous invitons à considérer comme une bulle privative le navigateur web, et plus encore la génération de navigateurs à venir, brique logicielle sur laquelle les éditeurs construisent leur système d'exploitation (***Chrome OS***, ***Facebook OS***, ***Microsoft*** et ***InternetExplorer***, ***Firefox OS***). Nous retiendrons seulement le dernier exemple, en cours de développement, pour lequel a été finalisée la SocialAPI. Cette interface de programmation propose de relier différents fournisseurs de services web (des réseaux socionumériques) au sein d'une fonctionnalité hébergée par le navigateur (et non plus portée par un seul service web) : cela remplacera à termes les modules (***plugins***, extensions) par une fonctionnalité nativement incorporée dans le code source du navigateur. Chaque fournisseur de service de socialisation en ligne (***Facebook***, ***Twitter***) proposera (***via*** un fichier nommé le manifeste) que son site intègre la barre latérale de Firefox (en mode ***opt-in*** : si l'utilisateur n'en veut pas, il n'active pas ce service). Dès lors les notifications apparaitront dans la barre latérale (en mode push), et ce quelle que soit la page web consultée. L'API n'accordera au fournisseur de service qu'un accès à certains niveaux de données : par exemple, il sera impossible pour le fournisseur de service de lire les cookies-tiers ou de suivre l'activité de l'utilisateur. alors qu'auparavant un clic sur un sceau d'approbation produisait une donnée collectée et agrégée par le fournisseur de service et les régies publicitaires, dans le cadre de la Social API, une recommandation sociale n'entrainera pas de transferts de données personnelles.

1399 Développée dès BOULLIER, 1999, la théorie de l'habitèle est mise en avant dans de rares contributions de l'auteur, un blog dédié, une publication dans la revue Urbanisme et un projet de recherche validé par l'ANR. BOULLIER D., *L'Urbanité numérique. Essai sur la troisième ville en 2100*, Paris : L'Harmattan, 1999 ; BOULLIER D., « Habitèle virtuelle », ***Urbanisme***, n° 376, Janvier-février 2011 ; <habitele.blogspot.fr>

1400 Ce cadre théorique est présenté dans l'article BOULLIER D., « Objets communicants, avez-vous une âme ? », ***Les Cahiers du numérique***, vol.3, n°4, 2002, p.45-60

> "*One of our favorite privacy-supporting features in the social API is the recommend button. ... If we add this functionality in Firefox instead, you can still interact with your social network and share pages, but without the opportunity for tracking by all those social networks*", T. LOWENTHAL, ingénieur *Firefox*[1401]

Le premier service web à avoir publié son manifeste a été *Facebook*, poussant son système de messagerie instantanée directement dans la barre latérale du navigateur. Pour illustrer les usages à venir de cette Social API, Mozilla fournit l'illustration d'un match de foot, diffusé sur le site de la FIFA, et commenté en direct dans la barre latérale.

Ill. n° 40 : La SocialAPI de Firefox et une conversation sur Facebook

Or l'exemple ne montre qu'un empilement de dialogues, sans conversation à plusieurs, ni conversations indépendantes des différents réseaux socionumériques auxquels pourraient être inscrits les différents interactants. De même, rien n'est formulé dans les discours d'accompagnement sur la porosité de ces conversations, non pas auprès d'annonceurs, mais auprès des autres membres du graphe social. Pour équilibrer la critique à l'encontre de *SocialAPI*, il faut signaler qu'il s'agit d'un prototype, allant de surcroit selon dans le projet de regrouper au sein d'un espace de médiation – le navigateur – les différentes formes d'interactions sociales. Ainsi, la feuille de route de *Firefox OS* (le système d'exploitation de Mozilla prévu pour fonctionner sur *smartphones*, tablettes, *netbooks*, etc.) intègre *SocialAPI* et l'adosse à *Contact Access API*, l'interface du gestionnaire de contacts[1402]. D'autres applications, des greffons de navigateur, proposent également

[1401] <blog.mozilla.org/privacy/2012/10/22/being-social-with-privacy-in-mind>
[1402] <www.mozilla.org/fr/firefoxos>

de composer un unique espace de médiation, quel que soit l'origine des interactants (en termes de sites où ils sont inscrits)[1403]. Enfin, les fonctions de synchronisation entre plateformes (le mobile, l'ordinateur personnel, la tablette, via *Google Accounts* ou *Apple iTunes* ou *AirPlay* et autres solutions info-nuagique[1404]) permettent de maintenir cette bulle quel que soit l'espace social. Il y aurait lieu alors de voir ces dispositifs combinant appareil (comme celui ornant la couverture de l'ouvrage de Giorgio AGAMBEN), briques logicielles, carnet d'adresses, fournisseurs de services et de contenus, moyen de paiement, de transport, titres d'identité, serveur multimédia, éditeur, etc., d'abord comme le support de l'écosystème identitaire tel que conçu au sein du NSTIC, ensuite comme un « habitèle augmenté » (BOULLIER) non seulement capable de supporter le projet identitaire (MARTUCCELLI) mais également d'être le lieu d'une hospitalité numérique (CASILLI). Il faudra rester vigilant cependant : d'une part, en basant les inférences sur des matériaux de plus en plus proches du titulaire (des données multi-situées), une telle convergence multiplie les risques de traitements croisés (ces traitements seraient seuls capables de remonter au plus près du contexte) et donc d'intrusion dans la sphère privée. D'autre part, le modèle socioéconomique qui semble prévaloir est celui de la recommandation marchande entrelacée à des fournisseurs d'identités dominants actuellement (*Facebook* ou *Google*). De même, le remplacement du navigateur web par des applications (et des places de marché d'applications) est une tendance que non seulement semblent craindre actuellement plusieurs acteurs ou analystes du web[1405], c'est aussi une forme de privatisation à surveiller. Le risque alors est de placer l'habitèle, et avec elle tout ce qui fait la vie privée sous l'emprise du modèle du salon. Dans un tel régime, la prise en compte du cadre privatif est primordiale.

[1403] Par exemple IMO pour *Chrome*, <imo.im>

[1404] *Apple AirPlay* est un système de synchronisation de contenus multimédias entre différents appareils, tandis que *iTunes* est le logiciel de consommation de ces contenus, <support.apple.com/kb/HT4437>.

[1405] Le magazine *Wired* titrait en septembre 2010 "*The Web is Dead*". L'analyste Chris Anderson prédisait que le temps des requêtes était dépassé, et que des applications dédiées fourniraient en mode push et par inférence des contenus à des clients. En janvier 2013, Tristan Nitot, président de *Mozilla Europe*, craignait que le navigateur en tant qu'application logicielle disparaisse au profit de micro applications, ou web apps, <standblog.org/blog/post/2013/02/08/La-fin-du-navigateur>.

Conclusion du chapitre 8

Les processus informationnels qui s'appliquent aux données personnelles ne sont pas neutres, non pas tant que ce critère en soi s'applique à la technique mais plutôt à ses concepteurs : ainsi, il ne faut pas **considérer les dispositifs identitaires** comme une combinaison d'appareils et d'agents dévoués à la capture d'une réalité, mais **comme des acteurs dont le modèle épistémique qu'ils emploient pour représenter la réalité imprègne le cadre de fonctionnement qu'ils développent**. Leurs habitus culturels, leurs schèmes cognitifs, leurs systèmes de valeurs non seulement se retrouvent dans le dispositif, mais l'usage de ce dernier fait qu'ils imprègnent en retour les individus alimentant, par saisie endogène, le dispositif en données personnelles, et selon les représentations qu'ils se font eux-mêmes du cadre d'usage d'un service mis à leur disposition. Ainsi, tout ce qui donne naissance au cadre de fonctionnement d'un dispositif se retrouve dans son cadre d'usage, de même que tout ce qui anime le cadre d'usage d'un tel dispositif se retrouve, une fois modélisé, dans l'espace des opérateurs, puis dans celui des bénéficiaires du dispositif (tirant profit de la connaissance des données personnelles – comportementales par exemple – saisies dans l'espace de production des titulaires et d'un espace de réception dans leurs vie privée pour placer des publicités ciblées).

Si chaque phase de cette circulation s'enrichit de l'interprétation de chacun des acteurs, il en est par contre pour qui échappe le fait que leur propre interprétation du monde vécu soit interprétée *ex ante* (par les concepteurs) et *ex post* (par des bénéficiaires) : c'est en effet le propre de la vie privée que de vouloir être limitée à un contexte, en-dehors duquel non seulement toute interprétation est pervertie par la traduction, mais de surcroit est non désirée. Le fait que les acteurs du cadre participatif ignorent la présence de tiers et les mécanismes de décontextualisation n'est un enjeu que dans la mesure où s'échangent dans ce cadre des contenus anecdotiques requérant un cadre privatif approprié. La médiation de la vie privée entre un titulaire et des récipiendaires par lui choisit ne peut se réaliser qu'à la condition de cette identification. Or, dès qu'il y a médiatisation (et non plus simplement médiation) de la vie privée, l'identification des tiers opérateurs s'avère plus délicate, et plus encore quand il s'agit des bénéficiaires. C'est pourquoi se mettent en œuvre des formes de régulation visant à encadrer la décontextualisation.

La régulation par une instance législative connait une double dynamique, la première tenant de la ventricularité des doctrines qu'elle emprunte, entre permission, accordée aux opérateurs et bénéficiaires (y compris administratifs), de traiter les données personnelles à leur profit et au détriment des titulaires, et protection des individus face à l'intrusion des dispositifs identitaires ; la

deuxième dynamique propre à cette forme de régulation tient de l'inscription de plus en forte d'abord de questions économiques puis d'acteurs du secteur privé participant à – et parfois à l'initiative de – la réflexion, autant que de l'application de nouveaux cadres réglementaires.

A cette régulation juridico-économique qui place la vie privée sous le double prisme d'un calcul des droits et des coûts, s'ajoute une régulation toute aussi technique passant par l'offre logicielle. Il y a d'ailleurs entre ces formes de régulation une conjonction puisque, dans le cas du *Do Not T*rack, les efforts législatifs et informatiques ont mutuellement contribués à la naissance d'un nouveau mécanisme technique inscrit dans la loi. Contrebalançant les mécanismes de capture et traitement des données personnelles et placement de publicités ciblées, de nombreux éditeurs de produits informatiques proposent des solutions de protection face à ces dispositifs : il s'agit d'entreprises pour qui la protection de la vie privée est un argument concurrentiel face à des acteurs dominants (*Microsoft* face à *Google* par exemple), ou d'ONG animées par des défenseurs de la vie privée (*PrivacyChoice*, *Mozilla Foundation*). Il s'agit également d'incitations visant à minimiser les transferts de données dès la conception du service (*Privacy by Design*), ou d'offres visant à informer le titulaire des traitements auxquels ses données personnelles pourraient être soumises (*Privacy labels*). Situées conjointement dans un espace de production (celui des concepteurs) et dans un espace de réception (celui des utilisateurs), cette régulation réside uniquement dans le cadre de fonctionnement du logiciel, et n'intègre pas selon nous la complexité contextuelle des usages propre au cadre d'expériences multi-situées des titulaires.

En regard de cette absence, et des contraintes pesant sur les conditions de leurs interactions médiatisées, les usagers adoptent des tactiques d'appropriation du cadre de fonctionnement d'abord en expérimentant les réglages de confidentialité du dispositif, puis en mobilisant des pratiques langagières et interactionnelles leur permettant de cloisonner l'acquisition et l'interprétation des contenus qu'ils mettent en ligne.

L'analyse de ces pratiques, microsociales, mais également celles mentionnées au niveau méso industriel ou légal, nous conduisent à envisager un niveau méta de la régulation de la vie privée, que nous avons nommé cadre privatif (CP) : celui-ci se définit comme un ensemble de contraintes conditionnant le contexte de médiation (production et réception) de données personnelles et de contenus anecdotiques. Ces contraintes sont d'abord identitaires du fait que l'énonciation n'a lieu que si le titulaire a identifié ses énonciataires ; ensuite les contraintes portent sur la notification de privatisation du contexte d'énonciation (et la forclusion de l'énoncé). Alors que les premières formes de contraintes sont en mode endogène, définies exclusivement par le titulaire (CP aménagé du projet identitaire), les secondes peuvent être conjointement négociées avec les récipiendaires (CP négocié de la veille mutuelle). Dans le cas des interactions médiatisées par ordinateur que le

titulaire souhaiterait actualiser dans un cadre privatif, des dispositifs sociotechniques apportent des éléments de réglages (CP appareillé des réseaux socionumériques) ou reposent sur des normes sociales (CP institué). Parce que ces deux derniers modes sont soumis à une régulation juridico-technique et parce qu'ils ne peuvent s'imprégner de la singularité d'énonciation du cadre privatif, les deux premiers modes reviennent instancier le cadre privatif par les pratiques langagières. Nous ne saurions dire en l'état actuel dans quelles mesures s'équilibrent les tactiques individuelles et les stratégies des acteurs socioéconomiques et politiques. Toutefois, **alors que tous les cas de privatisation ou de publicisation relèvent d'un syndrome transcontextuel, il n'y a selon nous congruence entre contenus et contextes que dans les cas où s'applique un cadre privatif (privatisation) ou un espace anecdotique (publicisation)**.

Conclusion de la troisième partie

Si le projet identitaire que nous avons présenté dans la II^{ème} partie est instancié dans des dispositifs que nous avons présentés dans la I^{ère} partie, nous devons insister sur le fait que ce projet ne concerne pas uniquement des individus en situation d'apprentissage, entrant dans le monde adulte : ce projet selon nous se déroule à tout âge et dans toute forme d'usages des réseaux socionumériques, qu'il s'agisse d'expérimenter une posture (comme dans *Facebook*) ou de recomposer des traces expérientielles (comme dans *LinkedIn*). Indépendamment de toute différence sociologique, **le projet identitaire correspond à un procès informationnel et communicationnel visant à l'identification et à la socialisation,** toutes instances confondues **: présentation de soi et commensuration du monde social.** Cette jonction se réalise par la rencontre de sujets qui font état de leurs expériences et de leurs représentations d'une réalité sociale en vue d'une validation ou d'une confrontation de cette représentation. Cette intersubjectivation est le creuset à la fois d'une identité sociale et d'un sens commun, d'un être soi qui – hors de soi – est aussi un entre-soi. Mais, parce que cette expérience est située (un lieu, un moment, des sujets avec leur propre histoire interactionnelle), et parce que les situations expérientielles sont multiples, distribuées dans de multiples espace-temps sociaux, avec de multiples sujets nourris de leurs propres expériences, **la dynamique de l'intersubjectivation rend instable l'ancrage des expériences précédentes, toujours reconfigurées par l'actualisation de nouvelles expériences, et toujours projetées dans la potentialisation de futures expériences**. Il y a donc dans tout rapport à l'autre un moment de réajustement entre d'un côté ses expériences et les représentations qui en ressortent, et les registres d'action qui en découlent, et de l'autre côté les expériences, représentations et registres d'action de l'autre sujet. Ainsi, avant d'en venir à formuler des opinions relatives au sens commun, le critiquant ou l'enrichissant, l'individu se doit de faire l'expérience de son propos dans un rapport intersubjectif protégé. Repartant des anecdotes que s'échangeaient les apprentis sur *Facebook*, nous avons proposé le concept d'espace anecdotique comme l'instance dans laquelle un sujet cherche à valider auprès de pairs identifiés l'intellectualisation d'expériences chargées affectivement : **en passant de la conversation à la discussion, les contenus anecdotiques s'accompagnent d'un entour rationalisant sans perdre leur ancrage phénoménologique et affectif.** La réception de ces contenus anecdotiques conditionnera la reproduction de leur condition d'existence (maintien des expériences contribuant au projet identitaire) et de leur énonciation (affirmation de ce projet auprès d'audiences élargies par l'entremise d'un discours déjà rôdé en coulisse). Cette énonciation

élargie d'une posture identitaire (le projet, la face, la place, le rôle) et d'opinions rationnalisées correspond au procès de publicité propre à l'espace public.

Considérer l'espace anecdotique comme les coulisses de l'espace public invite cependant à reconsidérer le cadre qui permet de distinguer les deux espaces, et les procès de communication qui s'y déroulent. En repartant de la **fonction de sas** présentée au chapitre 1, nous avons défini la vie privée comme un espace-temps ayant pour coordonnées des récipiendaires identifiés et autorisés à être présent dans l'espace de réception de contenus anecdotiques et à participer à l'individuation du sujet titulaire. Cette circonscription pose comme condition au titulaire de pouvoir identifier les membres de son audience et comme contrainte aux récipiendaires de conserver les contenus énoncés. Ainsi, la vie privée ne peut être réellement privée que s'il y a la possibilité de privatiser un cadre participatif (jusqu'à l'exclusion de tous) : nous avons appelé cadre privatif les contraintes amenant à cette condition. L'explicitation de ces contraintes a pour corolaire d'empêcher toute transparence sur les expériences se déroulant dans la vie privée. Caché aux yeux des indésirables, le sujet peut alors faire l'expérience de soi, des autres, des normes sociales et du monde vécu. Le cadre privatif est non seulement la condition d'établissement d'un espace anecdotique dans le champ de la publicité, il sert également à borner les interactions médiatisées par ordinateur. Dans cette situation, et notamment dans celle requise par les pratiques de veille mutuelle, *les représentations que les usagers se font du cadre privatif appareillé par l'opérateur conduisent à l'aménagement d'un cadre privatif interne (par bricolage logiciel ou langagier) ou externe au dispositif*. Enfin, *le cadre privatif conditionne également l'engagement des usagers dans des dispositifs répondant au modèle de salon, ce modèle de courtage des contenus anecdotiques*.

À ce titre, nous insistons sur la **valeur heuristique de la notion de cadre privatif** : dans le champ de l'espace public, le cadre privatif est un concept éclairant pour *distinguer l'espace anecdotique* de développement du projet identitaire ; le cadre privatif est tout aussi éclairant pour dis*tinguer les pratiques de veille mutuelle relative à l'apprentissage des normes sociales*. Enfin, le cadre privatif est également éclairant pour *distinguer les entreprises –et les usages associés – répondant au modèle de courtage de contenus anecdotiques que nous avons appelé modèle du salon.*

Conclusion générale

L'objectif de ce travail de recherche pourrait être résumé dans le fait de comprendre **ce que Facebook nous apprend sur l'identité et la vie privée**, et plus précisément sur les enjeux de leur médiation dans des dispositifs sociotechniques (du langage – y compris informatique – aux TIC, en passant par la médiation publique). Un tel projet ne va pas sans risque, théorique ou méthodologique. Si certains de ces risques n'ont pu être évités, les solutions adoptées ont été autant de pistes pour avancer dans la conceptualisation de nos objets, de même que ces objets nous laissent entrevoir des perspectives de recherche pour les années à venir.

Dépassant le simple postulat d'une définition de la vie sociale comme un « complexe de contextes », nous avons constaté que les pratiques d'identification et de socialisation, médiées par le langage ou médiatisées par ordinateur, renvoyaient à des enjeux aussi bien ontologiques (ce que les dispositifs font à l'identité), économiques (ce que les entreprises font des données personnelles) et sociopolitiques (ce que les logiques des uns et des autres accordent comme place à l'individu dans la société). Nous avons résumé ces enjeux dans le double mouvement de décontextualisation et recontextualisation : des contextes aux données, et des données aux contextes.

Appréhender ce mouvement à l'aune de *Facebook* aurait réduit notre travail à une simple monographie, l'appréhender en termes de risques (ou d'opportunités) l'aurait réduit tout autant à un simple manifeste éthique et politique, dénonçant le réseau socionumérique comme une ultime résurgence de Big Brother. À l'inverse, appréhender la complexité de ce qui se joue et de ce qui est en jeu dans les questions d'identité et de vie privée n'opère pas de réduction, bien au contraire, mais peut conduire à un brassage théorique. Vouloir embrasser cette complexité conduit les chemins de la compréhension à se voir jalonner de multiples références, qui peuvent sembler hétérogènes aux yeux du lecteur. Notre volonté n'était pas d'être exhaustif dans chacun de ces champs, chacune de ces disciplines, mais de montrer qu'ils ne pouvaient être exclus du projet scientifique qui était le nôtre dans ce mémoire de thèse. Peut-être plus qu'ailleurs, un travail de recherche en sciences sociales est une intersubjectivation entre un chercheur, un ensemble notionnel et un monde vécu. Néanmoins, puisque ce sera le maitre-mot de cette conclusion, un tel constructivisme peut être perçu comme une forme de privatisation scientifique. Nous donnons à lire ici une longue citation de la sociologue Anne GOTTMAN, à laquelle nous nous sommes déjà référé précédemment : outre que son propos a le mérite de resituer notre réflexion dans le cadre général de notre recherche et de notre terrain, les questions qu'elles posent à la fin nous semblent

apporter un éclairage sur les tentatives d'échapper à toute forme de détermination dans les processus que nous avons reconstruit.

> « Si l'on admet que la condition d'adulte résulte moins de la pression sociale à intégrer les schémas existants que d'une dialectique entre l'exigence de schémas et une série raisonnée de choix possibles, on ne peut considérer les procédures identificatoires qui s'offrent à chacun, y compris dans la meilleure intention du monde, toutes comme bonnes à penser. Dévoiler les processus et les modes de construction du social n'est pas sans incidence sur le social ; mettre en évidence les processus d'identification des individus n'est pas sans effet sur leur position de sujet. Or, en privilégiant la portée libératrice collective de sa démarche, le constructivisme auquel aujourd'hui défèrent les sciences sociales, tend à en ignorer les effets subjectifs. Comme l'analyse Ian Hacking, la posture constructiviste se veut en effet critique (opposée au statu quo), éventuellement révolutionnaire, plus généralement libératrice : elle entend contribuer à libérer de l'oppression, lutter contre la naturalisation des catégories dominées. Elle est historiciste (elle postule que X est déterminé par une contingence historique), et réformiste : X peut être modifié, amélioré, transformé. C'est, souligne Hacking, une idée correctement de gauche, anti-déterministe. Soucieux de se démarquer de tout essentialisme, le travail de classification se porte sur la nomination – le constructivisme est un nominalisme "vieux jeu", affirme Hacking – et les représentations : construites, celles-ci sont supposées déconstructibles. Mais ce déplacement du regard sur les représentations ne produit-il pas un nouveau déterminisme ? Ces représentations supposées contingentes, conventionnelles, ou évitables ne sont-elles pas traitées comme des faits ? Ne constituent-elles pas jusqu'à un certain point les nouveaux "faits" des sciences sociales dont la fonction de "dénomenclateur" se poursuit sous les auspices d'un nouveau déterminisme ? En s'obligeant à penser toutes les classifications comme contingentes, les sciences sociales ne les tiennent-elles pas toutes pour également légitimes ? », (GOTMAN, 2008)

Pour échapper aux « notions-écrans » (reprenant ici l'expression de Bernard MIÈGE) et à des postures monolithiques (monographie, déterminisme mono-causal, lecture dissociative, centration exclusive sur la technique ou le social) et parce que le complexe de contextes et d'enjeux nous y invitaient, nous avons donc multiplié dans un premier temps les regards, avant de multiplier les représentations. Notre projet a surtout porté sur l'association de ces représentations, moins dans une optique de chercher ce qui les séparaient que de chercher ce qui les rassemblaient (ce qui les

reliaient, à la façon de la « reliance » dont parlait Edgar MORIN). Le risque alors a été d'aboutir à une concrétion théorique : là encore, notre propos n'est pas de fournir une métathéorie (comme le propose Louis QUÉRÉ) de la vie privée ou de l'identité (idem avec Jean-Claude KAUFMANN ou Nicolas AURAY), mais d'outiller la communauté scientifique avec des concepts heuristiques (comme le propose *in fine* Roger ODIN).

Pour multiplier les regards, nous avons adopté une méthodologie interdimensionnelle (en référence aux diverses propositions faites par Bernard MIÈGE). Au demeurant, nous avons traversé plusieurs dimensions :

- les microtechnologies de l'information (atomisation et modélisation des données personnelles) ;
- les pratiques microsociales (multi-situées, en ligne et en face à face) ;
- les stratégies d'acteurs industriels ou politiques (***Facebook***, ***Google***, le NSTIC, la FTC, le W3C, la CNIL, etc.) ;
- le temps long des procès sociaux (l'institution nominale, l'injonction à l'émancipation, la formation des opinions) ;
- et le niveau théorique.

Dans chacun de ces niveaux, nous avons tenté une immersion : percer la boîte noire des modèles conceptuels des dispositifs identitaires, s'imprégner des relations sociales de leurs usagers, investir les discussions des différents acteurs, traverser les champs théoriques inhérents à la compréhension de notre objet. Au final, nous avons construit une approche (à la fois) informationnelle et communicationnelle de l'identité et de la vie privée en entrelaçant tout au long de ce mémoire des dynamiques historiques, socio-économiques et sémio-pragmatiques des données et des contextes propres aux sujets et aux groupes sociaux.

Ainsi, pour répondre à la question de savoir dans quelles mesures les réseaux socionumériques (RSN) pouvaient avoir des effets sur les processus informationnels et communicationnels, nous avons sédimenté, chapitre après chapitre, un ensemble notionnel que nous résumons ci-après.

Les ***dispositifs identitaires*** sont des combinaisons d'appareils, d'agents, de procédures et de discours visant à opérationnaliser le cadre de l'institution nominale. Ces dispositifs reposent sur une fonction de sas (filtration des identités à l'entrée d'un système) et de moniteur (surveillance des activités à l'intérieur du système).

Trois formes de privatisation vont s'empiler sur ces dispositifs identitaires. La première concerne le constructivisme propre à leur cadre de fonctionnement : les agents du dispositif définissent le ***modèle sémantique*** (classes, schémas et vocabulaire) et le ***cadre de fonctionnement*** (capture,

computation) requis pour documentariser l'humain, ses spécificités (notamment affectives) et ses relations sociales, et ce dans une logique de commensuration (mise à niveau des singularités par une approche quantitativiste). Cette réduction de l'ontique à l'onto-logique est conditionnée par l'environnement culturel et les consignes opérationnelles de l'agent concepteur et de l'opérateur. Siècle après siècle, ces dispositifs identitaires ont ainsi été mis au service de l'esclavagisme, de la fiscalité, de l'enrôlement militaire, de la prophylaxie, de l'éducation et la formation des classes ouvrières comme des classes élitistes, de la production industrielle, de la surveillance des territoires (contre les fous, les criminels, les insurgés et les terroristes), de l'urbanisation, de la colonisation, de la ségrégation et de multiples génocides. Ce mouvement aboutit à produire un *cadre global d'assurance sociale contre toute anomalie individuelle*, cadre dans lequel les dispositifs identitaires sont autorisés à et façonnés pour collecter et traiter les données personnelles de tout un chacun.

La seconde privatisation se caractérise par la *délégation de l'institution nominale à des entreprises du secteur privé* : ces acteurs sont à la fois les auteurs des ontologies et du cadre de fonctionnement, les opérateurs des différents dispositifs et les bénéficiaires de cette activité économique. Cette logique faisant des données personnelles des marchandises influence le modèle conceptuel et l'emprise des dispositifs identitaires : les modalités de capture, enrichissement sémantique et traitement algorithmique se multiplient et pénètrent toutes les activités humaines.

La troisième forme de privatisation des dispositifs identitaires est de nature tout à fait différente : alors qu'historiquement, instituer un nom était le fait d'une autorité extérieure au titulaire de cette identité (administration ou entreprise), certains parmi les dispositifs identitaires contemporains ont permis au titulaire d'être l'acteur de cette institution et l'opérateur d'une *saisie endogène* des données personnelles, plaçant ces dispositifs sous un mode documentarisant enrichi par le vocabulaire du modèle conceptuel et par celui du titulaire, hybridant ainsi les deux formes d'interprétation de l'étant (par un tiers et par soi). Si cette tendance renvoie au cadre de l'injonction à l'autonomie individuelle, elle n'en reste pas moins ancrée dans les formes de privatisation précédentes : le titulaire reste dépendant de l'ontologie des concepteurs et des finalités économiques des bénéficiaires de tels dispositifs. Par contre, le fait que ces dispositifs supportent à la fois des transactions électroniques et de l'intersubjectivation marque non seulement une convergence des acceptions de l'identité (administrative et informationnelle d'une part, et de l'autre philosophique et communicationnelle), mais également une convergence entre les formes de privatisation, et donc une *convergence des enjeux*.

L'un des deux aspects marquants de cette convergence se situe au niveau de l'économie (sociale et marchande) de la réputation : alors que la réputation peut se définir comme la somme des valences attribués à une entité par des interactants, son instanciation dans le numérique montre en surface la

multiplication de signes passeurs d'approbation servant de prescripteurs d'engagement pour des transactions commerciales ou des interactions sociales, mais en-deçà la réputation est aussi un secteur où convergent des savoir-faire et des acteurs déjà installés dans les dispositifs identitaires. Nous avons montré ainsi comment se fédérait une branche que nous avons nommé ***industries de la certification d'identité et de la réputation*** (ICIR). Partant du principe que les données étaient le contenu et l'algorithme le moyen de leur reproduction et distribution, nous avons estimé que les ICIR s'apparentaient aux industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC), notamment en termes de structuration autour d'un oligopole (***Google*** et ***Facebook***, ***Twitter*** et ***Foursquare***, et les quelques autres RSN de niche) et d'une fourmilière de startups. Nous avons proposé également de considérer que les ICIR permettent de réduire les aléas de la production et de la commercialisation des biens culturels réputés être des biens d'expérience en garantissant à la fois l'identité de l'acheteur (cruciale en contexte numérique) et les potentialités de réception par inférence sur la base de ses consommations culturelles précédentes. De plus, en considérant que les dispositifs identitaires en mode endogène supportent l'éditorialisation de contenus infra-ordinaires, nous pouvons les considérer comme participant des industries de contenu ou industries culturelles (de l'infra-ordinaire). À ce titre, nous avons proposé de les approcher par l'entremise des modèles socio-économiques employés comme vecteur heuristique de compréhension des ICIC : en repartant des spécificités des dispositifs identitaires contemporains en mode endogène (spécificités basées essentiellement sur l'éditorialisation et la diffusion plus ou moins canalisée de contenus personnels), nous avons proposé d'apprécier les RSN à travers le ***modèle du salon***. C'est avec cette proposition qu'est apparue la première occurrence nous conduisant au cadre privatif : en effet, les externalités économiques que font peser ces dispositifs sur les individus tendraient ces derniers à équilibrer ou réduire la perte de leurs données personnelles. Or ce mécanisme des externalités vient contrecarrer le processus de convergence que connaissent les dispositifs : alors que se rejoignent les acceptions et les actualisations de l'identité au sein des dispositifs dans les politiques informationnelles de surface (***front-end politics***), les politiques résidant dans l'infrastructure informationnelle (***back-end politics***) sont la preuve d'une divergence propre au syndrome transcontextuel. Par cette notion empruntée à BATESON puis Susan L. STAR, nous avons également montré dans quelles mesures il ne pouvait y avoir que des problèmes de traduction entre cadre de fonctionnement et cadre d'usage, entre modèles conceptuels et représentations

sociales, entre catégorisations théoriques et complexité des contextes. Ceci nous a permis de considérer comme des ***objets-frontières*** les dispositifs d'encadrement de la vie privée[1406].

L'autre aspect marquant de cette convergence réside dans le ***projet identitaire*** : celui-ci se définit comme une dynamique animant un individu dans la figuration et la configuration de son chemin de vie et qui passe par des choix opérés et signifiés (en ligne ou ailleurs) au moment des opportunités. Trace de son individuation, ce projet identitaire peut également s'apprécier comme la difficulté justement à construire et laisser une trace dans des espaces-temps sociaux peu à même de servir de support de cette inscription identitaire. C'est à partir de ce constat fait auprès d'une population d'apprentis que nous avons opté pour une étude approfondie de leurs pratiques d'identification et socialisation, médiées en face-à-face et médiatisées par ordinateur. Le deuxième constat que nous avons établi peut également s'apprécier en termes de convergence : nous avions alors parlé d'une ***congruence multi-située du projet identitaire instancié dans situations de médiation de contenus anecdotiques***. De même, nous avons fait ressortir de leurs pratiques une convergence entre les apprentissages professionnels et les interlocutions tenues sur les réseaux socionumériques. Il nous est apparu que non seulement la gestion de la face tendait à s'outiller avec des routines professionnelles, de surcroit mises en avant dans les RSN, mais également que ce travail de figuration tendait à se mettre en conformité avec les normes du monde professionnel, autrement dit du monde des adultes, et plus largement encore des normes sociales. Là aussi, les RSN promeuvent une forme de politesse qui de surcroit emprunte beaucoup à une certaine culture anglo-saxonne. Or, l'actualisation de cet apprentissage du social se déroulant parfois avec maladresse, les usagers en venaient à s'accorder une forme de ***bienveillance réciproque***. Il n'est plus alors question de considérer ces dispositifs comme des outils de surveillance au profit de tiers, mais comme les supports d'abord d'une intersubjectivation, ensuite d'une commensuration. La volonté de préserver cet espace d'apprentissage est la deuxième occurrence nous conduisant à envisager un cadre privatif.

Le projet identitaire tresse ainsi à la fois l'expérience microsociale intersubjective de soi et de l'autre et l'expérience des normes sociales. Si une partie de cette projection reste cantonnée derrière l'écran des pairs identifiés, ce qui a été par eux validé peut alors être projeté sur une scène plus large, avec des audiences non identifiées, et des contenus et des postures déjà expérimentés et

[1406] Jacques PERRIAULT reprend le même objet théorique pour caractériser les réseaux socionumériques en « frontière-réseau », PERRIAULT J., « Réseaux socionumériques et frontières », dossier ***Murs et frontières***, n°63, septembre 2012, ***Hermès***, p. 152-159

consolidés en « privé ». Ancrée dans les expériences affectives, et renforcée par une démarche d'intellectualisation, cette forme de communication – au départ conversationnelle – se présente comme un prototype du processus délibératif, une forme proto-discursive de l'espace public, nous avons défini cette antichambre comme un ***espace anecdotique*** (étymologiquement : édité auprès d'une audience privée). La privatisation de cette publicité – à la fois par les interactants et les opérateurs des dispositifs quand les contenus anecdotiques sont médiatisés – est la troisième occurrence nous enjoignant à envisager un concept englobant relatif à des formes de régulation ou négociation de la vie privée.

Le traitement des données personnelles et plus généralement la protection de la vie privée sont depuis longtemps inscrits dans un cadre légal ayant la particularité de fonctionner sur un mode ventriculaire en opposition dynamique avec le cadre légal propre aux dispositifs identitaires en mode exogène : ainsi la saisie par un tiers de données personnelles est aussi autorisée par un corpus réglementaire contingenté aux tendances historiques à court terme (doctrine post colonialiste ou anti-terroriste). Cette même ventricularité se retrouve dans l'offre logicielle, capable à la fois de capturer et inférer les données personnelles sans référence au contexte et dans le même temps de réduire la décontextualisation. Nous pensons d'ailleurs que, en contexte numérique, le point de convergence de toutes ces tendances (énonciation, identification et socialisation, décontextualisation, protection et régulation, négociation) se situe dans l'application logicielle (navigateur ou système d'exploitation des appareils connectés) : « habitèle » ou « néo-document » supportant l'écosystème identitaire. Toutefois, les efforts de régulation (légale ou logicielle) ont surtout été portés dans le cadre de fonctionnement des ces applications sans considération pour le cadre d'usage.

Dans celui-ci, et afin de réduire les externalités du modèle de salon, de construire un paravent pour l'apprentissage des normes et le déploiement de l'espace anecdotique, nous avons constaté chez les usagers des formes d'autorégulation passant par des bricolages de l'interface ou du langage. Cette dernière occurrence pratique nous amène à généraliser le concept de cadre privatif au-delà du seul contexte numérique.

Défini comme l'ensemble des contraintes identitaires appliquées aux situations de médiation des contenus anecdotiques, le cadre privatif repose sur un schéma actanciel mettant en relation titulaire (des données personnelles) et récipiendaires (des contenus anecdotiques), opérateur (du dispositif d'éditorialisation) et bénéficiaire (du courtage des données personnelles). Le régulateur est en périphérie de ce schéma : n'étant pas partie prenante de l'énonciation et de la décontextualisation, il ne peut qu'établir des cadres de régulation *ex ante* (par la loi) et *ex post* (par la justice). Différentes modalités d'instanciation du cadre privatif (aménagé, négocié, appareillé,

institué) amènent à des centrations différentes sur le sujet ou la situation, de même que se modulent différents rapports d'explicitation ou d'implicitation du cadre privatif. Autant les tiers sont explicitement exclus dans les relations privatives en face à face, autant le tiers inclus que représentent les opérateurs ou les bénéficiaires tend à se faire oublier (parce qu'il en va de son intérêt, dans une activité économique, ou que ce rituel est convenu dans une activité institutionnalisée : consultation médicale, confession cultuelle).

Ainsi, l'instanciation du cadre privatif permet de protéger :

- l'ancrage affectif dans les phases de formation discursive des opinions ;
- l'apprentissage des normes sociales dans les situations intersubjectives ;
- l'éditorialisation de contenus anecdotiques dans l'espace de médiation des dispositifs sociotechniques relevant du modèle du salon.

Cette articulation entre les concepts nous renseigne sur la nature de la vie privée : d'objet-frontière, nous l'avons considéré comme une configuration, reprenant le travail de conceptualisation orchestré par Franck REBILLARD à propos de la temporalité des procès sociohistorique de Norbert ELIAS et de la dialectique des cadres de fonctionnement et d'usage de Patrice FLICHY. À partir de là, et en l'articulant avec les tactiques du cadre privatif, le concept de configuration nous invite à observer les stratégies des tiers inclus du schéma actanciel : l'opérateur et le bénéficiaire manœuvrent pour assoir leur emprise sur les vocabulaires, les terminaux, les transactions, les contenus et les instances de régulation, tandis que titulaires et récipiendaires tendent à croire que la négociation qu'ils opèrent autour du cadre d'usage de leur communication privative prime sur le cadre appareillé. Il nous alors garder à l'esprit les effets de bord qu'avait induite la privatisation du cadre de l'institution nominale : **une mise en visibilité du cadre privatif et de son instanciation par les parties prenantes de son schéma actanciel peut ainsi permettre à la communauté scientifique de contribuer au débat public en rassemblant aussi bien les concepteurs, les régulateurs et les usagers.**

Cette première perspective est immédiatement associée au risque d'une démarche prospectiviste inhérente à toute recherche sur les enjeux : ainsi le NSTIC n'est pas encore finalisée, la future directive européenne devrait être applicable à l'horizon 2016, les stratégies des grands groupes de communication ne sont pas même discernables à court termes. Créé en 2004, adopté massivement fin 2008, Facebook est au cœur d'usages en apprentissage, mais son introduction boursière laisse envisager un avenir incertain, de même que les multiples procédures anti-trust à l'encontre de Google pourraient conduire à son morcellement en Baby Bells (entités indépendantes attachées à l'une des activités de l'entreprise d'origine). Cependant, la temporalité fait partie de la méthode

interdimensionnelle : nous avons ainsi combiné l'immédiateté d'une actualité (faits divers, discours sociaux, mises à jour et innovations logicielles, marchandes ou légales, productions scientifiques), une faible distanciation avec des usages et des normes en cours de stabilisation, et une anticipation en regard de ce qui est en jeu. Il ne s'agit donc pas de faire un pari sur l'issue de la partie, mais de chercher par l'historicisation des actions précédentes à comprendre les effets des tactiques et stratégies en cours de formation.

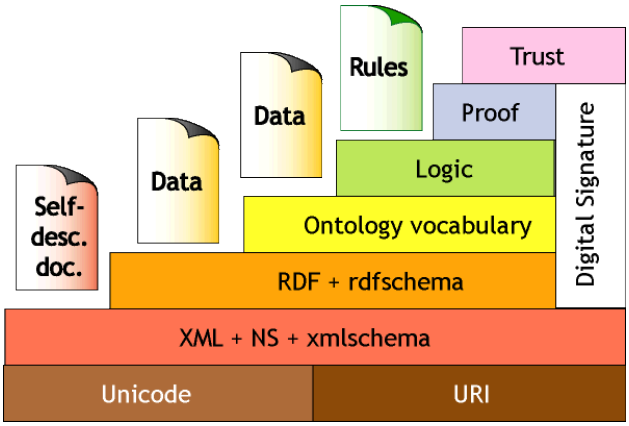
Pour l'heure, l'une des prospectives les plus simples à établir est de nature scientifique, et concerne les perspectives de nos travaux. L'articulation des concepts pourrait selon nous se décliner, ou se focaliser, puis s'appliquer à des terrains spécifiques, dont les résultats viendraient modérer/enrichir ceux de notre étude. Nous en percevons et proposons quelques déclinaisons centrées sur le modèle du salon, l'espace anecdotique ou le cadre privatif :

- le cadre privatif des réunions professionnelles médiatisées ou des situations d'aveu en réunion ;
- une praxéologie des zones de confidentialité en situation d'usage ;
- les usages sociaux des applications de type SocialAPI ou « second écran » ;
- une étude sur la mise en visibilité de l'espace anecdotique des candidats participant à des émissions de tremplin artistique ou professionnel, etc.

De même, d'autres terrains de recherche découlent des concepts que nous avons proposés, et se positionnent tous à la croisée de plusieurs disciplines : dans le cadre d'une analyse de l'engagement, et à propos de l'espace anecdotique et de l'émergence d'un projet politique chez les individus qui deviendront des militants ou des hommes politiques, nous pourrions mettre en lumière le cadre privatif dans lequel ces acteurs discutent d'un projet politique avant de le porter dans l'espace public et de d'engager dans des structures partisanes, ceci afin de valider l'hypothèse que le cadre privatif est transposable à certaines occurrences de l'espace public, entendu ici comme espace de production identitaire et de formation discursive des opinions individuelles (une dynamique d'élargissement de l'espace anecdotique vers la publicisation, qui pourrait être élaboré en partenariat avec des recherches en sciences politiques). Une étude des pratiques langagières et comportementales en consultation médicale (planning familial, salle de shoot, officines et chambres d'hôpital) permettrait également d'apporter des matériaux empiriques à cette recherche, de même qu'une étude de l'apprentissage du cadre privatif chez les jeunes enfants (un apprentissage qui pourrait être observé en partenariat avec des chercheurs en sciences de l'éducation ou des psychologues spécialisés dans le développement de l'enfant). Enfin, des études comparatives, diachroniques, mais également entre différentes aires culturelles, pourraient assister

l'ensemble en prenant pour hypothèse d'un espace anecdotique en régime totalitaire ou dans les périodes révolutionnaires.

Une autre approche, également pluridisciplinaire, mêlant informatique et linguistique, pourrait être conduite : au-delà d'études portant sur le design du cadre privatif appareillé ou institué, il nous semble que des travaux portant sur la modélisation de l'implicature conversationnelle ou sur la production d'un moteur d'inférence du cadre privatif médiatisé pourraient participer à la régulation conjointe des interactions médiatisées par ordinateur[1407]. L'addition de métadonnées privative dans l'espace de production anecdotique (donc côté utilisateur) pourrait également être renforcé par des apports juridiques. En transférant dans un modèle centré utilisateur la dernière couche du "*layer cake*" de Tim BERNERS-LEE (la modélisation de la confiance par des langages formels pour un meilleur engagement social dans les dispositifs numériques : Ill. n° 41 : Le Layer Cake de Tim Berners-Lee)[1408], il serait possible de ne pas céder au techno-centrisme et de maintenir une approche interdimensionnelle de la vie privée.



Ill. n° 41 : Le Layer Cake de Tim Berners-Lee

[1407] Voir par exemple PIOLLE G., *Agents utilisateurs pour la protection des données personnelles : modélisation logique et outils informatiques*, thèse de doctorat en informatique soutenue le 02/06/2009 à l'Université Joseph-Fourier de Grenoble

[1408] Le *Layer Cake* marque la feuille de route de l'enrichissement sémantique des ressources numériques en ligne (le web des données). Plusieurs étapes successives ont conduit à la standardisation de langages formels, notamment au sein du cadre de description des ressources (RDF). D'autres étapes restent encore inachevées, comme celle de la confiance dans les dispositifs de production des prédicats. Source : <www.w3.org/2000/Talks/1206-xml2k-tbl/slide10-0.html>. Voir chapitre 2, section 1 pour un rappel des éléments techniques.

Or, dans la foulée de l'ingénierie des connaissances portées par B. BACHIMONT, une perspective parallèle au web sémantique est celle portée par Manuel ZACKLAD et son équipe au sein du laboratoire Tech-CICO : craignant l'emprise du formalisme des langages portés par le W3C et Tim BERNERS-LEE, et ce faisant la constitution d'ontologies univoques, ces chercheurs ont proposé, au sein d'un courant nommé web socio-sémantique (W2S), de prendre en compte la pluralité des points de vue. Ainsi, le web est considéré par eux comme un ensemble de « transactions coopératives interpersonnelles éventuellement très asynchrones et distribuées entre des acteurs individuels et collectifs engagés dans des échanges, débats, controverses, relevant de domaines très variés »[1409]. Pourtant, si les standards portés par le W3C aboutissent à des ontologies référentielles (dates, noms des pays, etc.), elles échouent à rendre compte de situations plus complexes (nous soulignons) :

> « Mais ces dimensions formelles et consensuelles sont loin d'être suffisantes dès lors que les transactions ont une certaine complexité ; complexité qui correspond à celle des activités coopératives dans lesquelles il est nécessaire ***en contexte*** de proposer des modélisations ***ad hoc*** des situations transactionnelles qui sont souvent cognitivement et socialement conflictuelles », (ZACKLAD ***et al.***, 2007)

Les situations contextuelles qui définissent la vie privée font parties de ce complexe, et requièrent des modélisations idoines. Les travaux de ZACKLAD ***et al.*** sont pour l'heure cantonnés à développer des protocoles de navigation pour l'ingénierie des connaissances (***via*** le protocole HYPERTOPIC), mais ils reposent sur l'idée que des inférences peuvent être produites par l'herméneutique des différents agents engagés dans une transaction, reprenant ici la finalité opérationnelle de la documentarisation selon ZACKLAD (enrichissement d'un document par la réarticulation des contenus sémiotiques selon l'interprétation et les usages des acteurs impliqués à la fois dans l'espace de production et dans celui de la réception).

*

* *

Ces éléments de poursuite de notre recherche impliquent deux orientations radicales :

[1409] ZACKLAD M., BÉNEL A., ZAHER L., LEJEUNE C., CAHIER J.-P., ZHOU C., « Hypertopic: une métasémiotique et un protocole pour le Web socio-sémantique », ***Actes des 18eme journées francophones d'ingénierie des connaissances (IC2007)***, Cépaduès, 2007, p. 217-228

- alors que la méthode par immersion multi-située dont nous avons usé dans la deuxième partie s'apparente aux méthodes d'observation-participation, les choix de recherche évoqués à l'instant nous orientent vers de la recherche-action. Nous pourrions alors envisager la migration partielle de nos travaux dans des applications logicielles, passant du laboratoire de recherche en SIC à l'incubateur d'une jeune entreprise ;
- alors que la méthodologie interdimensionnelle que nous nous sommes approprié nous a conduite à construire un cadre théorique empruntant à de multiples disciplines, ces choix épistémologiques nous amènent à considérer que nous ne pouvons ni ne devons les embrasser seul. Nous pourrions alors inviter à constituer, dans une dynamique pluridisciplinaire, colloques, équipes, revues et autres structures de recherche. **Nous rappelons les enjeux anthropologiques, économiques et sociopolitiques de la privatisation du cadre privatif : l'exigence de distanciation scientifique oblige à ne pas faire preuve de la même privatisation dans les recherches sur ces enjeux**.

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements 2

Résumé 3

Abstract 4

Sommaire 5

Sigles 8

Liste des inserts 10

Figures 10
Graphiques 10
Tableaux 11
Illustrations 11
Extraits de corpus 13

Conventions d'écriture 14

Introduction 15

Objet de recherche 15

Posture de recherche 17

Hypothèses, concepts et annonce du plan 23

Ière partie, Les formes de privatisation dans le cadre de l'institution nominale . 30

Chapitre 1 L'institution du nom 32

1. La notion de cadre 32

1.1, Du message-cadre à la configuration 32
A, Le message cadre de G. Bateson 32
B, Le cadre participatif d'E. Goffman 33
C, La configuration de N. Elias 35

1.2, Le modèle sémio-pragmatique 37
A, L'immanentisme et le pragmatisme 38
B, Des espaces de communication sous contraintes 40
C, Les modes de communication de l'identité 41

1.3, Le cadre de référence 44
A, Le cycle de l'innovation sociotechnique 44
B, L'objet frontière 45

1.4, La notion de dispositif 47
A, Les dispositifs techno-sémio-pragmatiques de D. Peraya 47
B, Le dispositif comme système 48
C, Le dispositif comme idéologie 50

2. Le temps long des pratiques biographiques 56

2.1, Décrire l'effort individuel 56
A, La réduction en esclavage 56
B, La rationalisation des efforts 58

2.2, Compter la population 60
A, Recensement 61
B, Carte d'identité 62

2.3, La surveillance du commun 63
A, La logique contre-insurrectionnelle et la sécurité intérieure 63
B, La doctrine post 11 septembre 68
C, L'ennemi global 71

3. Convergence et spécificités des dispositifs identitaires contemporains . 76

3.1, EDVIGE versus Facebook 76
A, Traitement médiatique de la confrontation 77
B, Univers sémantique des discours produits à propos de Facebook 79

3.2, Critères de différenciation des dispositifs identitaires contemporains82
A, Tableau synoptique des critères de différenciation appliqués à quelques exemples 82
B, Application des critères aux réseaux socionumériques 83

3.3, Invariants et mutations des dispositifs identitaires 85
A, Le pouvoir adamique 85
B, La saisie endogène 87
C, Paradoxe et perspectives de la saisie endogène 89

Chapitre 2 Le double échelon de l'écosystème identitaire 94

1. Le modèle conceptuel des bases de données 96

1.1, Éléments de définition du modèle relationnel 97
A, Vocabulaire 97
A.1 Les relations en intension 97
A.2 Éléments du graphe 99
B, Étapes 101

1.2, Équivalence du modèle avec les autres paradigmes de données 101
A, Le modèle orienté objet dans les applications et documents web 102
B, La sémantique des données personnelles 105
C, Les trois dimensions du document numérique 112

1.3, Le vœu d'exhaustivité de la modélisation 113

A, La vitale hétérogénéité des données 113
B, Le graphe universel 114
B.1 Le graphe de Facebook 114
B.2 Le Giant Global Graph 116
B.3 L'empreinte numérique 117
C, Les limites de l'universalité 118
C.1 La clôture 118
C.2 La construction de la réalité 121
2. Études de cas : l'énonciation éditoriale des dispositifs identitaires 123
2.1, L'énonciation éditoriale 125
2.2, L'espace de production de Facebook 127
A, Les statuts 127
A.1 Le formulaire de saisie 127
A.2 Le bouton « J'aime » et les verbes d'action 130
A.3 L'automatisation des métadonnées sur les images 132
B, La production du lien social sur Facebook 132
C, Les cookies d'Heidi et les transferts de données 135
D, La gouvernance des données personnelles 138
2.3, Les autres espaces de production 140
A, L'outil de blogging WordPress 140
B, Les centres de supervision urbaine 143
2.4, Comparaison des espaces de médiation des données personnelles 145
3. Études de cas : l'identité numérique au niveau des nations 147
3.1, Architecture et pratiques de gestion des identités 147
3.2, Le National Strategy for Trusted Identities in Cyberspace 151
A, Les prémisses hégémoniques 151
B, Le respect de la tradition 152
C, L'architecture du NSTIC 155
D, Feuille de route 158
E, Enjeux, critiques et perspectives du NSTIC 160
E.1 Le rôle de l'État 160
E.2 La consolidation d'un oligopole 162
E.3 La diffusion à l'internationale 163
F, Les autres écosystèmes identitaires à travers le monde 164
3.3, La privatisation de l'institution nominale 168
A, La délégation du dispositif 168
B, La structuration des industries de certification d'identité 170
Chapitre 3 Les données personnelles au service de l'économie de la réputation 178
1. La représentation de l'être et de l'agir entre sèmes et phénomènes ... 179
1.1, La phénoménologie de la réputation 179

1.2, Les techniques info-documentaires de la réputation 182
A, La capture 183
B, La documentarisation 188
C, La computation 191
D, La commensuration 195

2. Le rôle des données personnelles dans la structuration d'une économie marchande de la réputation 198

2.1, Le double bénéfice de la réputation 198
A, La recommandation asynchrone dans l'économie marchande 198
B, Le paysage réputationnel 205

2.2, Les industries de la réputation 207
A, Les acteurs traditionnels de l'information commerciale 207
B, Étude de cas : le groupe WPP 209
C, Les acteurs des médias numériques 210

2.3, Le partenariat entre ICIC et ICIR 214
A, Circonscription des industries culturelles 214
B, Grille d'analyse des ICIC 216
B.1 La reproduction de l'œuvre d'art à l'ère industrielle 216
B.2 Sept logiques informationnelles-communicationnelles 219
C, Les modes d'organisation des ICIC 220
C.1 Spécificités sectorielles 224
C.2 Les modèles socio-économiques 225
D, Le partenariat ICIR/ICIC 227
D.1 Facebook et le modèle socio-économique du salon 227
D.2 Convergence 232

3. Le syndrome transcontextuel dans la privatisation de l'institution nominale 235

3.1, L'infrastructure informationnelle comme objet aux multiples frontières 235

3.2, Le syndrome transcontextuel 236
A, Le transfert de modes d'interventions comme syndrome transcontextuel paradigmatique 237
B, Le transfert de types de représentation comme syndrome transcontextuel épistémique 238

3.3, Les politiques informationnelles de l'oligopole 240
A, Le seuil de visibilité des stratégies 240
B, Google et sa migration du document vers l'identité 242

IIème partie, La médiatisation du projet identitaire 255

Chapitre 4 L'injonction à être soi dans un monde de normes 257

1. L'instabilité de l'émancipation de soi 257

1.1, De l'objectivation à la co-construction 257

A, L'objectivation 258
A.1 Le principe d'identité 258
A.2 La psychogenèse 260
B, Co-construction 261
B.1 L'instrumentalisation 261
B.2 L'outillage 263
B.3 L'intersubjectivation 264
1.2, De l'ipséité à l'instabilité 266
A, L'ipséité 266
A.1 Les topologies de l'intime 266
A.2 Le noyau de mêmeté comme information du sas 268
A.3 L'identité-ipséité comme information du moniteur 269
B, L'instabilité 270
B.1 L'histoire des modernités 271
B.2 La volontaire impermanence de l'identité liquide 275
2. L'identité comme objet d'étude en SIC 278
2.1, L'identité comme pratique 278
A, L'instrumentalisation de l'identité dans les enjeux de revendication 278
B, L'identification comme processus et dispositif 283
2.2, Un objet informationnel-communicationnel 285
A, Identité et identification : des données aux processus 285
B, L'identité comme axe de recherche : revue de littérature, politique de laboratoires, projets institutionnels et enjeux scientifiques 289
C, Une approche interdimensionnelle par les niveaux 295
3. Identification et socialisation en ligne 299
3.1, Le cadre de l'interaction dans la communication médiatisée par ordinateur 299
A, Le travail collaboratif assisté par ordinateur 300
B, La communication médiatisée par ordinateur 302
3.2, L'expressivisme numérique 304
A, Le profil utilisateur 305
B, Les productions éditoriales du web social 308
C, Le graphe social 310
3.3, Les grilles d'analyse de l'identité numérique 312
A, Identité civile et identité écran de François Péréa 312
B, Les trois identités de Fanny Georges 315
C, Le design de la visibilité de Dominique Cardon 318
C.1 La force des liens faibles 318
C.2 Cartographie des comportements 320
C.3 L'identité comme instrument 323
D, Négoce et Narcisse de Coutant et Stenger 325
Chapitre 5 Méthodologies 330
1. Postures de recherche 331

1.1, Une ethnographie multi-située 331
A, Entre IRL et virtuel 331
B, Entre visibilité et invisibilité 337
C, Entre l'observation sur site et le traitement des silos de données 339

1.2, Une méthodologie immersive 341
A, La distanciation comme posture de recherche 342
A.1 Distance éthique entre le sujet chercheur et son identification aux enjeux 342
A.2 Distance pratique entre le sujet chercheur et l'objet de ses pratiques extra-scientifiques 343
A.3 Distance méthodologique par l'investissement dans le quantitatif 344
B, La construction d'un cadre singulier 345
B.1 Le constructivisme radical de la recherche 345
B.2 Une recherche en sympathie avec le contexte 347
B.3 Le Je et le Nous de l'écriture de recherche 351

2. Méthodes d'observation en situation multiple 352

2.1, Le dispositif d'enquête : présentation et retour critique 353
A, Le cadre transformé 353
A.1 L'activité de formation 353
A.2 Le carnet de bord et les entretiens 357
B, La collecte des statuts 361
B.1 La capture d'écran 361
B.2 La double posture du chercheur 365
C, Le questionnaire en ligne 367
C.1 Grille de composition et administration 367
C.2 Retour critique 370

2.2, Des territoires imbriqués 372
A, France → Grenoble 372
A.1 Une métropole marquée par son industrialisation 373
A.2 Des territoires marqués par l'urbanisation 374
B, CCI → IST 376
B.1 Le découpage de la formation en unités de production 376
B.2 La filière du tertiaire 378

2.3, Une population : les apprentis 379
A, Sous-représentation d'un segment social 379
A.1 L'apprentissage en tertiaire dans l'enseignement supérieur 380
A.2 Les jeunes adultes 380
B, Entre service et représentation 381
B.1 Des entreprises de service 381
B.2 L'opérationnalité communicationnelle 384
C, Être soi dans un monde de normes 387
C.1 La famille 387
C.2 L'organisme de formation 391

C.3 L'entreprise 393
C.4 Les autres cercles sociaux 395
C.5 L'actualité et les médias 397
C.6 La modernité 399

Chapitre 6 Les apprentis et Facebook 402

1. Le cadre normé de l'émancipation 402

1.1, Échapper à l'intrication des espaces 403
A, S'enfermer dans le laboratoire 405
B, Laisser une trace 411

1.2, Les institutions et les vices 413

1.3, Les actes de politesse 414

2. Les tactiques éditoriales et relationnelles 418

2.1, Relation amoureuse et projet culturel 418

2.2, Modes asynchrone et asyntope 421
A, Les contenus en attente 421
B, La fragmentation des espaces de communication 423
C, L'articulation des outils et des cercles sociaux 424

3. Le co-apprentissage de l'inscription dans le corps social 425

3.1, La congruence multi-située 425
A, La confusion entre autoréification et autoréalisation 429
B, Une validation par les pairs en valeur absolue 430
C, Le double profil 434

3.2, La veille mutuelle 435
A, Circonscrire un espace pour le projet identitaire 435
B, Se protéger par le langage 441

Note au lecteur 449

Sommaire du deuxième volume 451

IIIème partie, Les médiations du cadre privatif 452

Chapitre 7 L'espace anecdotique ou les coulisses de l'espace public 454

1. Les deux modèles historiques 455

1.1, Le modèle de l'idion et du koinon 455
A, Le modèle grec de l'oïkos 455
B, Le modèle républicain des Romains 457

1.2, Le régime du commun et du public 459
A, La publicité des opinions 459
B, La question de l'authenticité entre communauté et publicité dans les dispositifs identitaires contemporains 462

2. Des espaces en expansion vers l'espace anecdotique 465

2.1, La question de l'identité entre symbolique et pratique 466
A, Le principe de légitimité dans l'espace public politique 466
B, Le principe de légitimité dans l'espace médiatique commun 468
C, Les mouvements de reconfiguration des registres d'action entre sphère publique et sphère privée 472

2.2, L'intermédiation de l'ordinaire 477
A, L'espace sociétal 477
B, L'espace anecdotique 480
B.1 Le chainage affectif 481
B.2 L'espace de médiation des contenus anecdotiques 483

3. Les registres d'action de la vie affective sous l'emprise du modèle rationnel 491

3.1, Le management de la vie affective 494
A, La communication thérapeutique 495
B, Les prescriptions socioprofessionnelles 496

3.2, L'affect entre marchandise et compétence 504
A, La gestion de la réputation 504
B, Le personal branding 505
C, Le lissage comportemental 510
C.1 Côté front-end 511
C.2 Côté back-end 512

Chapitre 8 Les formes de régulation de la vie privée 521

1. Les tensions dialectiques des dispositifs identitaires 522

1.1, Les modes de communication des RSN 523

1.2, De la capture à la surveillance 528

2. La vie privée comme configuration 530

2.1, Le cadre légal de la vie privée 532
A, Les sources du droit à la protection de la vie privée : une tradition de non-définition 532
B, La protection légale des données personnelles en contexte numérique 536
C, Innovations légales depuis 2008 539
C.1 La révision de la directive 95/46 539
C.2 Partition des nouvelles lois 541
▪ Les textes favorables à la protection 541
▪ Les textes favorables à l'intrusion 542
D, La « ventricularité » des tendances légales 543
D.1 L'exemple américain 543
▪ La communauté de défense de la vie privée 544
▪ Le Do Not Track 545
D.2 En Europe et en France 546
▪ Europe versus Facebook 547

2.2, La configuration sociotechnique de la vie privée 548
A, Les risques de décontextualisation 548
A.1 Les acteurs sociaux en prise avec les agents économiques 548
A.2 La régulation conjointe 554
B, La configuration sociotechnique 555
B.1 Retour sur les configurations d'acteurs 556
B.2 La « configuration sociotechnique » selon Franck Rebillard 561

3. Le cadre privatif 564

3.1, Approche sémio-pragmatique de l'ingénierie de la vie privée 565
A, L'ingénierie de la vie privée : une approche technique par les données 565
A.1 Les trois modèles centrés sur les données, les rôles, les usages 565
A.2 L'intégration de la régulation de la vie privée dans la conception de l'innovation sociotechnique 571
B, La pragmatique de la vie privée : une approche par les contextes 576
B.1 La question de la confiance 577
▪ Approche cognitive 579
▪ Approche institutionnelle 581
B.2 La question du contexte 583
B.3 La question du langage 585

3.2, Définition informationnelle et communicationnelle du cadre privatif 587
A, Le schéma actanciel du cadre privatif et sa mise en dispositif ... 588
A.1 Le tiers exclus et l'appairage titulaire et récipiendaire 588
A.2 Le tiers inclus ou l'appareillage dans le dispositif et la paire opérateur récipiendaire 590
B, Les modulations et modalités du cadre privatif 591
B.1 Les régimes d'explicitation et d'implicitation du cadre privatif 591
B.2 Les modes de composition du cadre privatif 593
B.3 Les situations du cadre privatif élargi 595
▪ Les structures du cadre privatif 596
▪ Les conditions du cadre privatif 598
B.4 La privatisation du cadre privatif 600
C, La bulle du cadre privatif appareillé 605

Table des matières 628

Bibliographie 638

Annexes 658

Corpus 843

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

A

- AGAMBEN G., *Qu'est-ce qu'un dispositif ?*, Paris : Payot & Rivages, (2006), 2007
- ANDRIEU B., *Le corps du chercheur. Une méthodologie immersive*, Nancy : Presses universitaires de Nancy, 2011
- ARIÈS P., DUBY G., *Histoire de la vie privée. Tome 1 : De l'empire romain à l'an mil*, Paris : Seuil, coll. Points, série Histoire, (1985), 1999
- ARIÈS P., DUBY G., *Histoire de la vie privée. Tome 5 : De la première guerre mondiale à nos jours*, Paris : Seuil, coll. Points, série Histoire, (1985), 1999

B

- BOWKER G. C., STAR S. L., *Sorting things out: classification and its consequences*, Cambridge : MIT Press, 1999

C

- CAMPBELL D., *Surveillance électronique planétaire*, Paris : Allia, 2001
- CASILLI A., *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?* Paris : Seuil, 2010

D

- DENOUËL J., GRANJON F. (dir.), *Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages*, Paris : Presses de l'École des Mines, 2011
- DESGENS-PASANAU G., FREYSSINET E., *L'identité à l'ère numérique*, Paris : Dalloz, 2009

E

- ELIAS N., *La civilisation des mœurs*, Paris : Calmann-Lévy, (1939), 1973

F

– FLICHY P., *Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée*, Paris : La Découverte, 1991

– FLICHY P., *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales, vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris : La Découverte, (1995), 2003

– FOUCAULT M., *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris : Gallimard, 1975

G

– GALINON-MÉLÉNEC B. (dir), *L'Homme trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines*, Paris : CNRS Éditions, 2011

– GOFFMAN E., *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1 : La présentation de soi*, Paris : Minuit, (1959), 1973

– GRANJON F., *Reconnaissance et usages d'Internet. Une sociologie critique des pratiques d'informatique connectée*, Paris : Presses des Mines, coll. Sciences sociales, 2012

H

– HEINICH N., *La sociologie de Norbert Elias*, Paris : la Découverte, (1997), 2002, 2ème édition

I

– ITEANU O., *L'identité numérique en question*, Paris : Eyrolles, 2008

K

– KAUFMANN J.-C., *L'invention de soi. Une théorie de l'identité*, Paris : Armand Colin, 2004

L

– LATOUR B., *L'économie, science des intérêts passionnés : introduction à l'anthropologie économique de Gabriel Tarde*, Paris : La Découverte, 2008

M

– MARTIN-JUCHAT F., *Le corps et les médias. La chair éprouvée par les médias et les espace sociaux*, Bruxelles : Éditions De Boeck, 2008

– MATTELART A., *La globalisation de la surveillance. Aux origines de l'ordre sécuritaire*, Paris : Éditions La découverte, 2008

– MERCKLE P., *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris : la Découverte, coll. « Repères », 2004

– MIÈGE B., *La pensée communicationnelle*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, coll. La communication en plus, 1995

– MIÈGE B., *La société conquise par la communication. Tome III : Les Tic entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2007

– MIÈGE B., *L'espace public contemporain. Approche info-communicationnelle*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2010

– MILLERAND F., PROULX S., RUEFF J. (dir.), *Web social. Mutation de la communication*, Québec : Presses de l'université de Québec, 2010

– MONTFORT N., WARDRUIP-FRUIN N. (dir.), *The New Media Reader*, Cambridge (NY) : MIT Press, 2003

N

– NIZET J., RIGAUD N., *La sociologie de Erving Goffman*, Paris : La Découverte, coll. Repères, 2005

O

– ODIN R., *Les espaces de communication : introduction à la sémiopragmatique*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2011

– OLLIVIER B., *Observer la communication. Naissance d'une interdiscipline*, Paris : CNRS Éditions, 2000

– OLLIVIER B., *Identité et identification. Sens, mots et techniques*, Paris : Hermès Science Publications, 2007

P

– PAQUOT T., *L'espace public*, Paris : La Découverte, coll. « Repères », 2009

– PÉDAUQUE R. T., *Le document à la lumière du numérique. Forme, texte, médium : comprendre le rôle du document numérique dans l'émergence d'une nouvelle modernité*, Caen : C&F Éditions, 2006

– PÉDAUQUE R. T., *La redocumentarisation du monde*, Toulouse : Cépaduès, 2007

– PERRIAULT J. (dir.), VAGUER C. (dir.), *La norme numérique : savoir en ligne et Internet*, Paris : CNRS Éditions, 2011

R

– REBILLARD F., *Le Web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*, Paris : L'Harmattan, 2007

– ROCHELANDET F., *Économie des données personnelles et de la vie privée*, Paris : La Découverte, coll. « Repères », 2010

– ROGERS R., *Information Politics on the Web*, Cambridge : MIT Press, 2004

S

– SALAÜN J.-M., *Vu Lu Su. Les architectes de l'information face à l'oligopole du web*, Paris : Éditions la Découverte, 2012

T

– TARDE G., *L'Opinion et la foule*, Presses Universitaires de France, coll. Recherches politiques, (1901), 1989

– TISSERON S., *L'intimité surexposée*, Paris : Éditions Ramsay, 2001

V

– VANDENBERGHE F., *La sociologie de Georg Simmel*, Paris : La découverte, 2009, 126 pages

– VION R., *La communication verbale. Analyse des interactions verbal*es, Paris : Hachette, 1992

W

– WINKIN Y, *Anthropologie de la communication* : *de la théorie au terrain*, Paris : Seuil, (1996), 2001

CHAPITRE D'OUVRAGES

A

- AGRE P., "*Surveillance and Capture: Two Models of Privacy*", WARDRUIP-FRUIN N., *in* MONTFORT N. (dir.), *The New Media Reader*, Cambridge : MIT Press, 2003, p.740-760
- AURAY N., « Le web participatif et le tournant néolibéral : des communautés aux solidarités », *in* MILLERAND F., PROULX S., RUEFF J. (dir.), *Web social. Mutation de la communication*, Québec : Presses de l'université de Québec, 2010, p.33-50

B

- BOYD d. m., "*Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*", *in* BUCKINGHAM D. (dir.), *Youth, Identity, and Digital Media*, Cambridge (NY) : MIT Press, 2007b, p.119-142

C

- CHAMBAT P., « Espace public, espace privé : le rôle de la médiation technique », *in* PAILLIART I. (dir.), *L'espace public et l'emprise de la communication*, Grenoble : ELLUG, 1995, p.65-98

D

- DEMEULENAERE P., « Les difficultés de la caractérisation de la notion de vie privée d'un point de vue sociologique », *in* TABATONI P.(dir.), *La protection de la vie privée dans la société d'information*, Paris : Presses universitaires de France, 2000, p.194-200
- DENIS C., « Le système Herisson », *in* SÉGUR P., LABROT E. (dir.), *Un monde sous surveillance ?*, Perpignan : PUN, 2011, p.209-225

F

- FOUCAULT M., « Des espaces autres » (conférence au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967), *in* Architecture, Mouvement, Continuité, n°5, octobre 1984, p.46-49. <foucault.info/documents/heteroTopia/foucault.heteroTopia.fr.html>, *Dits et écrits*, tome II : 1976-1988, §360, Paris : Éditions Gallimard, 1984, p.1571-1581

G

- GEORGES F., « Approche statistique de trois composantes de l'identité numérique dans Facebook », *in* COMBÈS Y., BOUQUILLION P.(dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris : L'Harmattan, 2007
- GOFFMAN E., « Engagement », *in* BATESON G. et al., *La nouvelle communication*, textes recueillis par Yves Winkin, Paris : Seuil, (1963), 1981, p.267-278

J

- JEANNERET Y., « Complexité de la notion de trace », *in* GALINON-MÉLÉNEC B. (dir), *L'Homme trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines*, Paris : CNRS Éditions, 2011, p.59-86
- JOUET J., « Des usages de la télématique aux Internet Studies », *in* GRANJON F., DENOUËL J. (dir.), *Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages*, Paris : Presses de l'École des Mines, 2011, p.45-90

– JUANALS B., « La normalisation industrielle de profils humains, éléments pour une approche communicationnelle des nouvelles technopolitiques », *in* PERRIAULT J. (dir.), Vaguer C. (dir.), ***La norme numérique : savoir en ligne et Internet***, Paris : CNRS Éditions, 2011, p.159-178

M

– MARTIN F., « Les forums électroniques : activités de communication ou de production ? », *in* ENGRAND S., LAMBOLEZ S., TROGNON A., ***Communications en situation de travail à distance***, Nancy : Presses Universitaires de Nancy, 2002, p.183-194

– MARTIN-JUCHAT F., « Penser conjointement les différents types interactions dont celles numériques », *in* DELSAUX J., WEBER P.(dir.), ***De l'espace virtuel du corps en présence***, Nancy : Presses universitaires de Nancy, 2010, p.65-72

– MARTIN-JUCHAT F., PIERRE J., « Facebook et les sites de socialisation : une surveillance librement consentie », *in* GALINON-MÉLÉNEC B. (dir), ***L'Homme trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines***, Paris : CNRS Éditions, 2011, p.105-125

– MIÈGE B., « Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique », *in* OLIVESI S. (dir.), ***Les sciences de l'information et de la communication***, Grenoble : PUG, 2006, p.163-180

– MIÈGE B., « La convergence des TIC. Un parcours de 25 ans déjà », *in* VINCK D., MIÈGE B. (dir.), ***Les masques de la convergence. Enquêtes sur sciences, industries et aménagements***, Paris : Édition des Archives contemporaines, 2012, p.83-96.

– MŒGLIN , « Des modèles socio-économiques en mutation », *in* BOUQUILLION P., COMBÈS Y., ***Les industries de la culture et de la communication en mutation***, Paris : L'Harmattan, 2007, p.163-172

S

– SPIVACK L'HOSTE A., VINCK D., « Le récit de la convergence et la convergence d'un récit. Entre formation, science, technologie et industrie à Grenoble », *in* VINCK D., MIÈGE B. (dir.), ***Les masques de la convergence. Enquêtes sur sciences, industries et aménagements***, Paris : Édition des Archives contemporaines, 2012, p.261-280

– STEVENS M., ESPELAND W., "Commensuration", ***in Encyclopedia of Social Measurement***, vol.1, Elsevier, 2005, p.375-378

T

– TOBIN L., « Corps et identités dans les blogs adolescents », *in* GALINON-MÉLÉNEC B., MARTIN-JUCHAT F., ***Le corps communicant. Le XXIe siècle, civilisation du corps ?***, Paris : L'Harmattan, 2007

V

– VON GLASERSFELD E., « Pourquoi le constructivisme doit-il être radical ? », *in* MASCIOTRA D. (dir.), Constructivisme, Choix contemporains, Hommage à Ernst von Glasersfeld, Sainte-Foy : Presses de l'université de Québec, 2004, p.145-154

DOSSIERS DE REVUE

- JACQUINOT-DELAUNAY G., MONNOYER L. (coord.), « Le dispositif : entre usage et concept », *Hermès*, n°25, 1999
- DENIS J. (coord.), « Relectures et usages d'une notion frontière », *Études de communication*, n°29, 2006
- ALLARD L., BLONDIEAU O. (coord.), « 2.0 ? Culture Numérique, Cultures Expressives », *Médiamorphoses*, n°21, 2007
- CARDON D. (coord.), « Réseaux sociaux de l'Internet », *Réseaux*, vol.6, n°152, 2008
- ARNAUD M., MERZEAU L., (coord.), « Traçabilités et réseaux », *Hermès*, n°53, 2009
- MERZEAU L., ARNAUD M. (coord.), « Présence numérique. De la gestion d'une identité à l'exercice d'une liberté », *Documentaliste-Sciences de l'Information*, vol.47, n°1, 2010, 80 pages.
- BROUDOUX E., SCOPSI C. (coord.), « Métadonnées sur le web : les enjeux autour des techniques d'enrichissement des contenus », *Études de communication*, vol.1, n°36, 2011
- CASILLI A. A. (coord.), « Cultures du numérique », *Communications*, vol.1, n°88, 2011, 192 pages
- ROCHELANDET F., RALLET A. (coord.), « Données personnelles et vie privée », *Réseaux*, vol.29, n°167, 2011, 233 pages
- STENGER T., COUTANT T., (coord.), « Ces réseaux numériques dits sociaux », *Hermès*, n°59, 2011, 251 pages

ARTICLES DE REVUE

A

- ACQUISTI A., « Les comportements de vie privée face au commerce électronique : une économie de la gratification immédiate », ***Réseaux***, vol.29, n°167, 2011, p.105-130
- AGUITON C., CARDON D., "***The Strength of Weak Cooperation: An Attempt to Understand the Meaning of Web 2.0***.", ***Communications & Strategies***, vol.65, 2007, p.51-65
- ALLARD L., VANDENBERGHE F., « Express yourself ! Les pages perso entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité », ***Réseaux***, n°117, 2003, p.191-219
- ALLOING C., MOINET N., « Des réseaux d'experts ? L'expertise 2.0 », ***Les Cahiers du numérique***, vol.6, n°1, 2010, p.35-53
- ANDERSON M., SELTZER W., "***The Dark Side of Numbers : The Role of Population Data Systems in Human Rights Abuse***", ***Social Research***, vol.68, n°2, 2001, p.481-513
- ARNAUD M., « Un habeas corpus numérique », ***Médium***, n°13, 2007, p.127-137

B

- BACHIMONT B. et al. « Enjeux et technologies : des données au sens », ***Documentaliste-Sciences de l'Information***, vol.48, n°4, 2011, p.24-41
- BEAUDOIN V., « De la publication a la conversation », ***Réseaux***, vol.6, n°116, 2002, p.199-225
- BEAUDOIN V., VELKOVSKA J., « Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) », ***Réseaux***, vol.17, n°97, 1999, p.121-177
- BENRAHHAL Z., MATUSZAK C., « Lire ou relire Habermas : lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien », ***Études de communication***, vol.32, n°1, 2009, p.33-49
- BERREBI-HOFFMANN I., « Les métamorphoses de l'intime », ***Empan***, vol.1, n°77, 2010, p.13-17
- BOUGNOUX D., « Les SIC complémentaires de la philosophie ? », ***Les cahiers de la SFSIC***, n°3, juin 2008, p.11
- BOULLIER D., « Objets communicants, avez-vous une âme ? », ***Les Cahiers du numérique***, vol.3, n°4, 2002, p.45-60
- BOULLIER D., « Le web immersif », ***Quaderni***, n°66, 2008
- BOULLIER D., « Habitèle virtuelle », ***Urbanisme***, n° 376, Janvier-février 2011
- BOUQUILLION P., « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication », ***Réseaux*** vol.3, n°131, 2005, p.111-144.
- BOURDIEU P., « le capital social », ***Actes de la recherche en Sciences sociales***, vol.31, 1980a, p.2-3
- BOURDIEU P., « L'identité et la représentation », ***Actes de la recherche en sciences*** sociales, vol.35, 1980b, p.63-72

– BOWKER G., « Hommage à Susan Leigh Star », ***Revue d'anthropologie des connaissances***, vol.4, n°1, 2010, p.2-10

– BOYD d., « Production d'identités dans une culture en réseau », article rédigé en 2006 pour l'American Association for the advancement of Science, traduit par Noël Burch, ***Médiamorphoses***, n°21, (2006), 2007

– BOYD d., "***Social Network Sites: Public, Private or What ?***", ***The Knowledge tree***, vol.13, 2007a

– BOYD d., "***Facebook's privacy trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence***", ***Convergence***, vol.14, n°13, 2008, p.12-20

– BRANDEIS L., WARREN S., "The Right to Privacy", ***Harvard Law Review***, n°193, 1890

– BRUBAKER R., « Au-delà de l'identité », ***Actes de la recherche en sciences sociales***, vol. 139, (2000), 2001, p.66-85

– BRYON-PORTET C., LARDELLIER P., « "Ego" 2.0 », ***Les Cahiers du numérique***, vol.6, n°1, 2010, p.13-34

C

– CALO R., "***Against Notice Skepticism in Privacy (and Elsewhere)***", ***Notre Dame Law Review***, vol.87, n°1027, 2012

– CARDON D., DELAUNAY-TÉTEREL H., « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », ***Réseaux***, n°138, juillet-août 2006, p.15-71

– CARDON D., « La blogosphère est-elle un espace public comme les autres ? », ***Transversale Sciences et cultures***, 2006

– CARDON D., « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », ***Réseaux***, n°152, 2008, p.93-136

– CARDON D., « L'identité comme stratégie relationnelle », ***Hermès***, n°53, 2009, p.61-67

– CHERKAOUI M., « Les transitions micro-macro », ***Revue française de sociologie***, vol.44, n°2, 2003, p.231-254

– CODD E.F., "***A Relational Model of Data for Large Shared Data Banks***", ***Communications of the ACM***, vol.13, n°6, 1970, p.370-387

– CORCUFF P., « Aaron V. Cicourel : de l'ethnométhodologie au problème micro/macro en sciences sociales », ***SociologieS***, 2008

– COUTANT A., STENGER T., « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », ***Les enjeux de l'information et de la communication***, 2010

– COUTANT A., « Des techniques de soi ambivalentes », ***Hermès***, n°59, 2011, p.53-58

D

– DAHLGREN P., « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », ***Réseaux***, n°100, 2000, p.157-186

– DAVALLON J., JEANNERET Y., « La fausse évidence du lien hypertexte » ***Communications et Langages***, n°140, 2004, p.43-54

– DE LA HAYE Y., « Comment les nouvelles technologies vont-elles changer les rapports sociaux ? », ***Raison Présente***, n°61, 1982, p.81-85

– DEGENNE A., « Retour à l'analyse des réseaux sociaux », Entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant, ***Hermès***, n°59, 2011, p.39-42

– DEMAZIÈRE T. et al, « Ethnographie de terrain et relation d'enquête. Observer les "communautés" de logiciels libres », ***Sociologie***, vol.2, n°2, 2011, p.165-183

– DENOUËL J., GRANJON F., « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », ***Sociologie***, n°1, 2010

– DENOUËL J., « Identité », ***Communications***, vol.1, n°88, 2011, p.75-82

– DRUCKMAN D. « « Relier le micro et le macro : un défi conceptuel et méthodologique pour nos recherches sur la négociation » », ***Négociations***, vol.2, n°10, 2008, p.107-128

– DUBRION B., « Qu'est-ce qu'un "bon apprenti" du supérieur ? », ***Formation emploi***, n°96, 2006, p.93-105

E

– ELLISON N. B., BOYD D. M., "***Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship***", ***Journal of Computer-Mediated Communication***, vol.13, n°1, 2007

– ELLISON N. B., « Réseaux sociaux, numérique et capital social », entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant, ***Hermès***, n°59, 2011, p.21-24

– ERTZSCHEID O., « L'homme, un document comme les autres », ***Hermès***, n°53, 2009, p.33-40

– ESPELAND W., STEVENS M., "***Commensuration as a Social Process***", ***Annual Review of Sociology***, n°24, 1998, p.313-343

F

– FAVEREAU O., « La pièce manquante de la sociologie du choix rationnel », ***Revue française de sociologie***, vol.44, n°2, 2003, p.275-295

– FAURÉ B., GRAMACCIA G., « La pragmatique des chiffres dans les organisations : de l'acte de langage à l'acte de calcul », ***Études de communication***, n°29, 2006, p.25-37

– FLICHY P., « L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société », ***Réseaux***, vol.2, n°124, 2004, p.17-51

– FLUCKIGER C., « La sociabilité juvénile instrumentée. L'appropriation des blogs par un groupe de collégiens », ***Réseaux***, n°138, 2006, p.109-138

G

– GALLEZ S., LOBET-MARIS C., « Les jeunes sur Internet. Se construire un autre chez-soi », ***Communication***, vol.28, n°2, 2011

– GENSOLLEN M., « Économie non-rivale et communautés d'information », ***Réseaux***, vol.22, n°124, 2004, p.141-206

– GEORGES F., « Représentation de soi et identité numérique », ***Réseaux***, n°154, 2009, p.165-193

– GEORGES F., « Pratiques informationnelles et identités numériques », ***Études de communication***, vol.2, n°35, 2010, p.105-120

– GERSTLÉ J, « Le communication et la dualité public/privé », ***Revue française de science politique***, n°5, 1987, p.659-674

– GOTMAN A., « La reconnaissance de l'identité : Pourquoi ? », ***Sociologos***, ***Revue de l'association française de sociologie***, vol.3, 2008

– GRANJON F., « De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique. Exposition de soi et autoréification sur les sites de réseaux sociaux », ***Réseaux***, vol.29, n°167, 2011, p.75-104

– GRANJON F., « Amitiés 2.0. le lien social sur les sites de réseaux sociaux », ***Hermès***, n°59, 2011, p.99-104

– GREBENNIKOVA-KRASAUTSAVA I., « L'interaction médiatisée à travers le chat comme dispositif sociotechnique », ***Les enjeux de l'information et de la communication***, vol.1, 2008, p.20-30

– GRIESEMER J. R., Star S. L., "***Institutional ecology, 'translations' and boundary objects: Amateurs and professionals in Berkeley's museum of vertebrate zoology***", ***Social Studies of Science***, vol.19, n°3, 1989, p.387-420

H

– HABERMAS Jürgen. « "L'espace public", 30 ans après », ***Quaderni***, n°18, Automne 1992, p.161-191

– HÉAS S., POUTRAIN V., « Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet », ***ethnographiques.org***, n°4, 2003

J

– JEANNERET Y., SOUCHIER E., « Pour une poétique de "l'écrit d'écran" », ***Xoana***, n°6/7, 1999, p.97-107

– JEANNERET Y., SOUCHIER E., « L'énonciation éditoriale des écrits d'écran », ***Communications & langages***, n°145, 2005, p.3-15

– JOUET J., « Pratiques de communication et figures de la médiation », ***Réseaux***, n°60, 1993, p.99-120

K

– KLING A. J., « Homophilie des valeurs ou influence par sympathie ? Une expérimentation », ***Revue française de sociologie***, vol.8, n°2, 1967, p.189-197

L

– LABERGE M.-F., PROULX S., « Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale », ***Réseaux***, n°70, 1995, p.121-140

– LANCELOT-MILTGEN C., « Vie privée et marketing », ***Réseaux***, vol.3, n°167, 2011, p.131-166

– LARDELLIER P., BRYON-PORTET C., « "Ego" 2.0 », ***Les Cahiers du numérique***, vol.6, n°1, 2010, p.13-34

– LAZEGA E., PENALVA ICHER E., « Réseaux sociaux et coopération entre concurrents », ***Hermès***, n°59, 2011, p.43-49

– LE DEUFF O., « Contrôle des métadonnées et contrôle de soi », ***Études de communication***, vol.1, n°36, 2011, p.23-38

– LEVREL J., « Wikipedia, un dispositif médiatique de publics participants », ***Réseaux***, vol.4, n°138, 2006, p.185-218

– LIVINGSTONE S., « Les jeunes et les nouveaux médias », ***Réseaux***, n°92-93, 1999, p.19-23

– LIVINGSTONE S., MASCHERONI G., MURRU M. F., « Utilisation des réseaux socionumériques par les jeunes européens. Nouveaux résultats sur la vie privée, l'identité et les connexions sociales », *Hermès*, n°59, 2011, p.89-98

– LUHMANN N., « Confiance et familiarité », *Réseaux*, vol.4, n°108, 2001, p.15-35

M

– MARCOCCIA M., « Parler politique dans un forum de discussion », *Langage et société*, vol.2, n°104, 2003, p.9-55

– MARCUS G. E., "*Ethnography in/of the World-System : The Emergence of Multi-Sited Ethnography*", *Annual Review of Anthropology*,n°24, 1995, p.95-117

– MEIJER E., BIERMAN G., "*A co-Relational Model of Data for Large Shared Data Banks*", *ACMQueue*, vol.9, n°3, Mars 2011

– MERZEAU L., « Du signe à la trace : l'information sur mesure », *Réseaux*, n°53, 2009a, p.23-29

– MERZEAU L., « Présence numérique, les médiations de l'identité », *Les enjeux de l'information et de la communication*, 2009b

– MERZEAU L., « Habiter l'hypersphère », *Documentaliste Science de l'information*, n°1, 2010a, p.30-31

– MERZEAU L., « La présence, plutôt que l'identité », *Documentaliste Science de l'information*, n°1, 2010b, p.32-33

– METTON C., « Les usages de l'Internet par les collégiens », *Réseaux*, vol.1, n°123, 2004, p.59-84

– MEUNIER J.-P., « Dispositifs et théories de la communication : deux concepts en rapport de codétermination », *Hermès*, n°25, 1999, p.83-92

– MEYER M., « Objet-frontière ou Projet-frontière ? Construction, (non-)utilisation et politique d'une banque de données », *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol.3, n°1, 2009, p.127-148

– MEYRIAT J., « La science de l'information », *Revue des sciences morales et politiques*, n°2, 1986

– MIÈGE B., « Les apports à la recherche des sciences de l'information et de la communication ». *Réseaux*, 2000, vol.18, n°100, p.547-568

– MIÈGE B., « Pour une méthodologie interdimensionnelle », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°1, 2012

N

– NISSENBAUM H., "*Can Trust be Secured Online ? A theoritical perspective*", *Ethics & Politics*, vol.1, n°2, 1999, < www2.units.it/etica/1999_2/nissenbaum.html>

– NISSENBAUM H., "*A Contextual Approach to Privacy Online*", *Daedalus*, vol.140, n°4, 2011, p.32-48

O

– ORANGE S., « Le choix du BTS. Entre construction et encadrement des aspirations des bacheliers d'origine populaire », dossier : les classes populaires dans l'enseignement supérieur. Politiques, stratégies, inégalités, *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°183, 2010, p.33-47

P

- PASTINELLI M., « Habiter le temps réel : ethnographie des modalités de l'"être ensemble" dans l'espace électronique », ***Anthropologie et sociétés***, vol.30, n°2, 2006, p.199-207
- PASTINELLI M., « Les limites floues de l'ethnologie du contemporain : quelques réflexions autour d'une enquête sur la sociabilité électronique », ***Ethnologies***, vol.26, n°2, 2004, p.221-256
- PATRIARCHE G., « Publics et usagers, convergences et articulations », ***Réseaux*** vol.1, n°147, 2008, p.179-216, <www.cairn.info/revue-reseaux-2008-1-page-179.htm>
- PERAYA D., Rickenmann R., "***New perspectives for Media Education, Theory and Practice***", ***Educational Media International*** (EMI), vol.35, n°2, 1998, p.125-132. <tecfa.unige.ch/tecfa/teaching/LME/ex-teachers/peraya/textes/dper_rr.pdf>
- PÉRÉA F., « L'identité numérique : de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique », ***Les enjeux de l'information et de la communication***, vol.1, 2010
- PERTICOZ L. « Envisager le jeu vidéo comme une filière des industries culturelles et médiatiques », ***Les Enjeux de l'information et de la communication***, n°1, 2011
- PERRIAULT J., « Traces numériques personnelles, incertitude et lien social », ***Hermès***, n°53, 2009, p.13-20
- PERRIAULT J., « Réseaux socionumériques et frontières », dossier Murs et frontières, n°63, septembre 2012, ***Hermès***, p. 152-159
- PIAZZA P., « Septembre 1921 : la première "carte d'identité de Français" et ses enjeux », ***Genèses***, vol.1, n°54, 2004b, p.76-89
- PIAZZA P., « Edvige et les résistances au fichage policier », ***Hermès***, n°53, 2009, p.75-77
- PIERRE J., « Génétique de l'identité numérique. Sources et enjeux des processus liés à l'identité numérique », ***Les Cahiers du numérique***, vol.7, n°1, 2011a, p.15-29
- PIERRE J., « De la convergence des sphères publiques, professionnelles et privées », Dossier "La curation" (Mesguich V., dir.), ***Documentaliste-Sciences de l'Information***, vol.49, n°1, 2011b, p.29-30
- PROULX S., « Les recherches nord-américaines sur la communication : l'institutionnalisation d'un champ d'étude », ***L'Année sociologique***, vol. 51, n°2, 2001, p.467-485

Q

- QUÉRÉ Louis. « L'espace public : de la théorie politique à la métathéorie sociologique », ***Quaderni***, n°18, Automne 1992. Les espaces publics, p.75-92
- QUÉRÉ L., « La structure cognitive et normative de la confiance », ***Réseaux***, vol.4, n°108, 2001, p.125-152

R

- RALLET A., ROCHELANDET F., « Présentation », ***Réseaux***, vol.3, n°167, 2011a, p.9-16,
- RALLET A., ROCHELANDET F., « La régulation des données personnelles face au web relationnel : une voie sans issue ? », ***Réseaux***, vol.29, n°167, 2011b, p.19-48
- RAFFEL S., "***If Goffman had read Levinas***", working paper n°17, ***Edinburgh School of Social and political Studies***, 1999

– RAMPNOUX O., DE LA VILLE V.-I., « A quel jeu joues-tu sur Facebook ? », ***Hermès***, n°59, 2011, p.77-84

– REBILLARD F., « Du web 2.0 au web² : fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux socionumériques », ***Hermès***, n°59, 2011, p.25-30

– RICOEUR P., « L'identité narrative », ***Esprit***, n°7-8, 1988, p.295-305

– RIEDER B., « Pratiques informationnelles et analyse des traces numériques : de la représentation à l'intervention », ***Études de communication***, vol.2, n°35, 2010, p.91-104

– RIEDER B., « De la communauté à l'écume : quels concepts de sociabilité pour le "web social" ? », ***tic&société***, vol.4, n°1, 2010

– RUHLEDER K., STAR S. L., « Vers une écologie de l'infrastructure », ***Revue d'anthropologie des connaissances***, vol.4, n°1, 2010, p.114-161

S

– SANDBERG H., DAHLGREN P., « La construction de l'obésité dans l'espace public suédois », ***Questions de communication***, n°11, 2007

– SELTZER W., ANDERSON M., "***The Dark Side of Numbers: The Role of Population Data Systems in Human Rights Abuses***", ***Social Research***, vol.68, n°2, 2001

– SOUCHIER E., « L'image du texte. Pour une théorie de l'énonciation éditoriale », ***Cahiers de médiologie***, n°6, 1998, p.137-145

– STONEBRAKER M., "***SQL Databases v. NoSQL Databases***", ***Communications of the ACM***, vol.53, n°4, 2010

T

– TCHUENTE D., BAPTISTE-JESSEL N., CANUT M.-F., « Accès à l'information dans les réseaux socionumériques », ***Hermès***, n°59, 2011, p.59-64

– THOMPSON J., « La nouvelle visibilité », ***Réseaux***, vol.13, n°129, 2005, p.59-87

– TISSERON S., « Intimité et extimité », ***Communications***, vol.1, n°88, 2011, p.83-90

– TOMAS F., « L'espace public, un concept moribond ou en expansion ? », ***Géocarrefour***, vol.76, n°1, 2001, p.75-84

– TREMBLAY G., « La théorie des industries culturelles face au progrès de la numérisation et de la convergence », ***Sciences de la société***, n°40, 1997, p.11-24

– TROMPETTE P., VINCK D., « Retour sur la notion d'objet-frontière », ***Revue d'anthropologie des connaissances***, vol. 3, n°1, 2009, p.5-27

– TROMPETTE P., VINCK D., « Retour sur la notion d'objet-frontière (2) », ***Revue d'anthropologie des connaissances***, vol.4, n°1, 2010, p.11-15

– TRUONG F., « enseigner Pierre Bourdieu dans le 9-3 : ce que parler veut dire », ***Socio-logos***, vol.5, 2010

V

– VÉTOIS J., « 25 années d'informatisation », éditorial, ***Terminal***, n°93-94, 2005

Z

– ZELIZER V., « Transactions intimes », ***Genèses***, n°42, mars 2001, p.121-144

THÈSES ET HABILITATION À DIRIGER DES RECHERCHES

B

- BALLARINI L., *L'espace public au-delà de l'agir communicationnel. Quatre renversements de perspective pour sortir des impasses du modèle habermassien*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, dirigée par Jacques Guyot, soutenue le 30 novembre 2010, Université Paris VIII – Vincennes Saint-Denis.
- BOYD d. m., "*Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked Publics*", thèse de doctorat en Information, Berkeley : University of California, 2008,

G

- GEORGES F., *Sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs. L'hexis numérique*. Thèse de doctorat en art et sciences de l'art, Paris : Université Paris 1 Panthéon-la Sorbonne, 2007a
- GOMEZ-MEIJA Gustavo, *De l'industrie culturelle aux fabriques de soi ? Enjeux identitaires des productions culturelles sur le Web contemporain*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Paris : Sorbonne, sous la direction de Bruno Ollivier, 13/12/2011

M

- MARTIN F., « *Réunions décisionnelles médiatisées par ordinateur en entreprise : approche interactionnelle* », thèse de doctorat en Sciences du Langage du Groupe Recherches sur les Interactions Communicatives, Lyon : Université Lumière Lyon II, 1997

P

- PERTICOZ L., *Les processus techniques et les mutations de l'industrie musicale. L'auditeur au quotidien, une dynamique de changement*, thèse soutenue sous la direction de Bernard Miège, Grenoble : Université Stendhal Grenoble 3, 2009

COMMUNICATIONS ET CONFÉRENCES

A

– ACQUISTI A., "*The economics of personal data and the economics of privac*y", texte de la conférence *The Economics of Personal Data and Privacy*, 30 years after the OECD Privacy Guidelines, Paris : OECD, 2010

B

– BOUQUILLION P., « Les industries de la culture face aux industries de la communication : l'actualité des théories des industries culturelles », *XVI^{ème} congrès de la SFSIC*, 2008a

– BOYD d. m., Crawford K., "*Six Provocations for Big Data*", *A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society*, 2011

– BOYD d., "*Streams of Content, Limited Attention: The Flow of Information through Social Media*", Conférence Web2.0 Expo, New York, NY, 17/11/2009

– BOWKER G., "*The New Knowledge Economy and Science and Technology Policy*", *3rd Annual MIT/UCI Knowledge and Organizations Conference*, Laguna Beach, CA, 2004

– BULLICH V., « Éléments pour une approche communicationnelle du droit d'auteur », *XVII^{ème} Congrès de la SFSIC*, Dijon, 2010

D

– DACHEUX E., ROUQUETTE S., « Internet est-il un espace public ? Quand le débat académique des SIC éclaire le débat public », *XVIII^{ème} congrès de la SFSIC*, Rennes, 2012

G

– GEORGES F., SEILLES A., « Sciences de l'information et de la communication et Sciences informatiques : vers une approche interdisciplinaire de l'identité numérique dans la communication informatisée », *XVII^{ème} congrès de la SFSIC*, Dijon, 2010

L

– LACROIX J.-G., MŒGLIN P., TREMBLAY G., « Usages de la notion d'usages », *Les nouveaux espaces de l'information et de la communication, Inforcom*, *VIII^{ème} Congrès de la SFSIC*, Lille, 1992

M

– MIÈGE Bernard, « L'édification des SIC aujourd'hui », conférence d'ouverture du *XVIIIème congrès de la SFSIC*, Rennes, 2012

– MONDOUX A., « Mon Big Brother à moi », *Actes du XV^{ème} colloque CREIS-TERMINAL. Les libertés à l'épreuve de l'informatique : fichage et contrôle social*, Paris : Éditions CREIS, 2010,

P

– PIERRE J., « Entre big brother et le grand frère, les postures du chercheur en SIC-SHS », Posture du chercheur en SHS : une construction en équilibre entre réflexivité et contraintes ?, *journée d'études organisée par l'Association Lyonnaise des Etudiants Chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication* (ALECSIC), ENS-Lyon 17/06/2010. <fr.slideshare.net/idnum/entre-big-brother-et-le-grand-frre-les-postures-du-chercheur-en-sic-shs>

– PIERRE J., « Usages et représentations des réseaux socionumériques », ***séminaire Identités numériques***, ISCC-CNRS, Paris, 05/12/2011, <fr.slideshare.net/idnum/sminaire-iscc-usages-et-perceptions-des-rseaux-sociaux-numriques>

– PRONOVOST G., « Les technologies de l'information et de la communication dans l'univers des jeunes », ***colloque international sur les Industries de la culture, de l'information et de la communication***, St-Denis, 2006, <www.observatoire-omic.org/colloque-icic/pdf/PronovostTR7.pdf>

– PROULX S., Introduction au colloque ***La Communication Médiatisée par Ordinateur : un carrefour de problématiques***, organisé à l'occasion du 69ème Congrès de l'ACFAS, 2001

S

– STENGER T., COUTANT A., « La prescription ordinaire de la consommation sur les réseaux socionumériques : De la sociabilité en ligne à la consommation ? », ***14ème Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne***, Dijon : Éditions Université de Bourgogne, 2009

V

– VON GLASERSFELD E., « L'approche constructiviste : vers une théorie des représentations », ***Séminaire sur la représentation***, 21 novembre 1985, n°7 (revu par l'auteur en mars 2008), Montréal : CIRADE, (1985), 2008

Z

– ZACKLAD M., « Classification, thésaurus, ontologies, folksonomies : comparaisons du point de vue de la recherche ouverte d'information », ***actes de la Conférence CAIS/ACSI 2007***, Montréal, 2007

– ZACKLAD M., BÉNEL A., ZAHER L., LEJEUNE C., CAHIER J.-P., ZHOU C., « Hypertopic: une métasémiotique et un protocole pour le Web socio-sémantique », ***Actes des 18eme journées francophones d'ingénierie des connaissances (IC2007)***, Cépaduès, 2007, p. 217-228

AUTRES DOCUMENTS

B

– BOUGNOUX D., « Les SIC complémentaires de la philosophie ? », *Cahiers de la SFSIC*, n°3, juin 2008, p.11

C

– COMITÉ INVISIBLE, *L'insurrection qui vient*, Paris : la Fabrique, 2007, <www.lafabrique.fr/spip/IMG/pdf_Insurrection.pdf>

D

– DARDY C., « Le rapport de pré-soutenance », *Lettre de l'Association des Sociologues Enseignants du Supérieur*, n°32, 2002

– DELEUZE G., « Post-scriptum sur les sociétés de contrôle », *L'autre journal*, n°1, 1990,

M

– MERCKLE P., « Les réseaux sociaux, les origines de l'analyse des réseaux sociaux », Lyon : CNED/ENS-LSH, 2003

O

– ORWELL G., *1984*, Paris : Gallimard, (1948), 1972

Z

– ZAMIATINE, *Nous autres*, Paris : Gallimard, coll. « L'imaginaire », (1920), 1979

AUTRES DOCUMENTS EN LIGNE

A

- ALBRECHTSLUND A., "*Online Social Networking as Participatory Surveillance*", *First Monday*, vol.13, n°3, 2008, <www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2142/1949>
- ANDERSON C. "*The long tail*", *Wired*, vol.10, n°12, 2004, <www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>

B

- BERNERS-LEE T., "*The World Wide Web: Past, Present and Future*", W3C, 1996, <www.w3.org/People/Berners-Lee/1996/ppf.html>
- BERNERS-LEE T., "*Relational Databases on the Semantic Web*", septembre 1998, <www.w3.org/DesignIssues/RDB-RDF.html>
- BERNERS-LEE T., "*LinkedData*", 27/07/2006, <www.w3.org/DesignIssues/LinkedData.html>
- BEUSCART J.S., DACHEUX C., MELLET K., « Les modèles d'affaires du web 2.0 », *Internet Actu*, 07/04/2008, <www.internetactu.net/2008/03/07/les-modeles-d%E2%80%99affaires-du-web-20>
- BOYD d. m., "*Privacy is a Privilege*", zephoria.org , 2005, <zephoria.org/thoughts/archives/2005/07/21/privacy_is_a_privilege.html>
- BOYD d. m., "*Real name policies are an abuse of power*", zephoria.org, 2011, <zephoria.org/thoughts/archives/2011/08/04/real-names.html>

C

- CAMPBELL D., "*Somebody's listening*", *New Statesman*, 18/05/1988, <duncan.gn.apc.org/echelon-dc.htm>
- CICCHINI M., « Numéroter les maisons pour pouvoir localiser et identifier les personnes », *Le Courrier*, 19/05/2009, <lecourrier.ch/numeroter_les_maisons_pour_pouvoir_localiser_et_identifier_les_personnes>

K

- KAPLAN D., « Facebook Edvige : les rapprochements hasardeux », *InternetActu* 05/09/2008, <internetactu.net/2008/09/05/facebook-edvige-les-rapprochements-hasardeux>

M

- MARWICK A., "*Foursquare, Locative Media, and Prescriptive Social Software*", tiara.org, 2009, <www.tiara.org/blog/?p=453>

O

- ORIGGI G., « Sagesse en réseaux : la passion d'évaluer », *laviedesidees.fr*, 2008, <www.laviedesidees.fr/Sagesse-en-reseaux-la-passion-d.html>

P

– PLEDEL I., « Réseaux sociaux et comportements tribaux », *placedesreseaux.com*, 2008, <www.placedesreseaux.com/Dossiers/reseau-relationnel/agoravox1.htm >

S

– SALAÜN J.-M., « Suis-je un document ? », 2010, <blogues.ebsi.umontreal.ca/jms/index.php/post/2010/01/02/Suis-je-un-document>

– SEARLS D., "*Where the demand chain meets the supply chain*", *The Intention economy*, 2006, <www.linuxjournal.com/node/1000035>

DOCUMENTS INSTITUTIONNELS ET RAPPORTS

B

– BOUQUILLION P., MIÈGE B., SÉGUY F., « Programme de recherche coopératif à la demande de Bouygues Telecom », Grenoble : GRESEC, Université Stendhal, 2004, 55 pages

C

– DUBOIS J.-P., TRICOIRE A., (dir.), *Ligue des droits de l'homme, Une société de surveillance ? L'état des droits de l'homme en France*, Paris : La découverte, coll. « Sur le vif », 2009

L

– LE GOFF T., *Surveiller à distance. Une ethnographie des opérateurs municipaux de vidéosurveillance*, Paris : Éditions Institut d'Aménagement et d'Urbanisme d'Île de France, 2011,

O

– ORIGGI G., « Un certain regard. Pour une épistémologie de la réputation », *Atelier Réputation*. Fondation Olivetti, Rome, 2007, <gloriaoriggi.blogspot.com/2007/04/un-certain-regard-pour-une-pistmologie.html>

ANNEXES

1. Plateforme de veille informationnelle 660

2. Les modes de communication selon Roger Odin..... 661

3. Liste des principaux fichiers et logiciels de police, gendarmerie, justice et administration civile ou privée..... 664

4. Carnet de bord 670

5. Revue de presse de Facebook, capturée par Factiva, quatrième trimestre 2008..... 679

7. Les dispositifs identitaires en mode binaire 729

8. Les dispositifs identitaires en mode multiple 734

9. Tableau de comparaison EDVIGE/Facebook 736

10.Comparaison EDVIGE-Facebook par les modes endogène/exogène et les fonctions sas/moniteur..... 739

11.Évolution du design de Facebook..... 741

12.Les cookies d'Heidi 745

13.Authorship et Google+..... 791

14.Carte mentale des industries de la réputation..... 792

15.Services et positionnement concurrentiel de Google..... 793

16.Liste des parutions 795

17.Supports de formation 797

18.Texte du référentiel sur le thème : 'Génération(s)' 799

19.Entretien avec Jocelyne Levet 800

20.Tableau récapitulatif des apprentis 804

21.Sondage (version courte) 806

22.Lettre d'avertissement adressée à Nadège par son employeur 810

23.Exemples d'action en AG 811

24.Les compétences mobilisées pour réaliser une action en AD 814

25.Les actions expliquées aux tuteurs AM 816

26.Comptes-rendus de visite en entreprise de Bérénice 818

27.Un dossier de synthèse sur le 'Génération' en BTS 821

28.Le sujet officiel de l'épreuve de 2010 825

29.Exemple d'action : la ventilation des heures pour les personnes ressources dans l'entreprise X 830

31.Chapitre d'ouvrage sur la Gestion des systèmes d'information 836

32.Les logigrammes de gestion relationnelle 838

33.Image d'accueil de l'application InMaps de LinkedIn 841

34.The Personal Ecosystem 842

Corpus 843

1. Corpus A : apparence et accessoire 844

2. Corpus B : les études et l'entreprise 849

3. Corpus C : productions intimes, personnelles, familiales 881

4. Corpus D : les photos trash ou narcissiques 891

5. Corpus E : Bérénice, l'entreprise et Facebook 900

6. Corpus F : statuts publiés lors des émeutes de Villeneuve, mi-juillet 2010 .. 905

1. Plateforme de veille informationnelle

Listes de diffusion :

- groupe de travail *Privacy* du W3C : public-privacy@w3.org ;
- association Privacy France : actus_l@vie-privee.org ;
- groupe de travail du NSTIC : subscriptions@nist.gov.

Lettres d'information :

- Fédération Informatique et Libertés ;
- IAPP (*International Association of Privacy Professionals*) ;
- *Europe Data Protection Digest*, *Daily Dashboard*, publications@privacyassociation.org ;
- EDRi (*European Digital Rights*) : edri-news-request@mailman.edri.org ;
- consortium de standardisation OASIS : news@lists.oasis-open.org.

Groupes de discussion actifs sur le site *LinkedIn* :

- *PrivacyHub*, OpenID, *Electronic Frontier Foundation*, *Privacy Professional Group Members* (IAPP), AFCDP (Association française des correspondants aux données personnelles) et *European Data Protection Forum*.

Ensemble d'alertes par courrier électronique avec *Google Alerts*. Agrégateur de flux RSS sur *Google Reader* et liste de comptes sur <twitter.com/artxtra/privacy>. Cet ensemble permet de couvrir différents territoires (USA, Europe, France, reste du monde, et échelon transnational), différents acteurs (institutions à l'origine des dispositifs identitaires, juristes, journalistes et militants pour la défense des libertés fondamentales, ingénieurs et chefs de projet des grandes entreprises d'informatique, administrateurs des groupes de réflexion et de standardisation).

2. Les modes de communication selon Roger Odin

		mode fictionnalisant		**mode spectacularisant**	**mode énergétique**	**mode documentarisant**	**mode moralisant**	**mode fabulisant**	**mode esthétique**	**mode artistique**		**mode intime**	**mode privé**	**mode du témoignage**	**mode de l'authenticité**	**mode discursif**
		première approche, p. 49	deuxième approche							forme réduite	forme pleine					
		p.49	p.59-60	p.51	p.53	p.58	p.58	p.61	p.70	p.73	p.78	p.89	p.89	p.98	p.108	p.112
niveau spatial		construction d'un monde (d'une diégèse)	construction d'un monde (diégétiser)	création d'un espace spectaculaire, c.-à-d. séparé de l'espace du spectateur par une barrière visible (la fosse d'orchestre, etc.) ou invisible (la barrière est dans notre tête)	construction d'un espace image-son (vs un monde ou un espace spectaculaire)			construction d'un monde (mais de densité souvent plus faible que dans une fiction)								
niveau discursif	**1**	construction d'un récit	construction d'un récit (narrativiser)	même s'il a un penchant assez net pour la narration, le mode spectacularisant peut mobiliser n'importe quel processus discursif	blocage (partiel) de la production discursive au profit d'une construction fondée sur les variations rythmiques et les variations d'intensité	production d'informations (pas de contraintes sur la forme)	production de valeurs (pas de contraintes sur la forme)	construction d'un "discours" posant un système de valeurs (ce sont ces valeurs qui seront véhiculés par le récit)	phase 3 : séquence finale, forme indéterminée ; production des valeurs esthétiques		du nom propre à l'objet : remplissage du nom propre (recherches biographiques, analyses thématiques et stylistiques, comparaison avec d'autres artistes, Histoire de l'art)	discours intérieur	indéterminé dans sa forme, mais dans un contexte donné assez fortement normalisé	prédominance des structures narratives	toutes les productions textuelles sont possibles	construction d'un texte argumentatif
	2		à partir du récit, construction d'un "discours véhiculant informations et valeurs".					construction d'un récit			de l'objet au nom propre : recherches thématiques et stylistiques, comparaisons avec d'autres productions, construction d'ensembles et de sous-ensembles, recherches biographiques					
niveau affectif	**1**	relation de mise en phases avec les événemen	mise en phase avec le récit et donc avec	la relation affective s'effectue non avec les personnages	relations fondées sur des effets plus que sur des affects	non déterminé	non déterminé	mobilisation de la mise en phase par le récit	phase 1 : le contrat, mise en relation d'un Sujet		du nom propre à l'objet : indéterminé	extrêmement puissant	affects euphoriques, sentiment d'appartenance à une	investissement personnel extrêmement fort	le fait que cet énonciateur soit « comme moi » produit une relation	les affects sont utilisés pour convaincre (on est

		ts racontés	les valeurs qu'il véhicule	comme dans la fictionnalisation, mais avec ces personnes réelles que sont les chanteurs, les danseurs, les acteurs, etc.					avec un Objet				communauté		affective qui interdit tout questionnement en termes de vérité	dans la rhétorique)
	2								phase 2 : séquence qualifiante, expérience affective de l'Objet		de l'objet au nom propre : indéterminé					
	3								phase 3 : séquence finale, forme indéterminée ; production des valeurs esthétiques							
niveau énonciatif	**1**	construction d'un énonciateur fictif	construction d'un énonciateur fictif du récit et des personnages (fictiviser)	construction d'un énonciateur réel interrogeable en termes d'identité et de faire	construction d'un énonciateur fictif	construction d'un énonciateur réel interrogeable en termes d'identité, de faire et de vérité	construction d'un énonciateur réel interrogeable en termes d'identité, de faire et de valeurs	construction d'un énonciateur réel du "discours"	Phase 1 : le contrat, je me construis en Sujet partant en quête des valeurs esthétiques de l'Objet	construction d'un énonciateur appartenant à l'espace de l'art (étiquetage artistique)	du nom propre à l'objet : attribution d'un nom propre	construction d'un énonciateur réel : JE	construction d'un énonciateur réel collectif	construction d'un énonciateur JE questionnaire en termes d'identité, de faire et de vérité	construction d'un énonciateur réel construit au niveau identitaire comme étant « comme moi »	construction d'un énonciateur réel interrogeable en termes d'identité, de faire et de vérité
	2		construction d'un énonciateur réel des informations et des valeurs, cet énonciateur agissant caché, masqué sous le contrat de fictivisation					construction d'un énonciateur fictif du récit	phase 2 : séquence qualifiante, recherche d'Adjuvants capables de m'aider à l'éliminations des Opposants		de l'objet au nom propre : recherche et attribution d'un nom propre					
niveau relationnel												constructio n identitaire	interactions à l'intérieur d'un groupe			
exemple		**film**		**comédies musicales**	**vidéoclip**	**documentaire**	**un éditorial**	**la fable**				**discours intérieur**	**extimité des médias sociaux**	**Facebook**		

3. Liste des principaux fichiers et logiciels de police, gendarmerie, justice et administration civile ou privée

Sigle	Titre	Finalité	Nombre d'enregistrements estimés	Durée de conservation	Responsable
AGDREF	application de gestion des dossiers des ressortissants étrangers en France	Gestion des titres de séjour	3,5 millions en février 2011. Source : CNIL	Durée du titre de séjour	Le ministère chargé de l'immigration
AGIRA	Association pour la gestion des informations sur le risque automobile	permet aux sociétés d'assurance automobile, de vérifier les antécédents d'un futur assuré lors de la souscription d'un contrat d'assurance automobile		Jusqu'à 5 ans	Association AGIRA
AGRIPA	application de gestion du répertoire informatisé des propriétaires et possesseurs d'armes			20 ans	Ministère de l'Intérieur
ANACRIM	logiciel d'analyse criminelle				
APOGEE	Application pour l'organisation et la gestion des enseignements et des étudiants				
ARAMIS	Fichier de suivi des titres de circulation délivrés aux personnes sans domicile ni résidence fixe				
ARDOISE	Application de Recueil de la Documentation Opérationnelle et	Logiciel de saisie pour le TAJ			

	d'Informations Statistiques sur les Enquêtes				
ARES	Automatisation du Registre des Entrées et Sorties des recours en matière de contravention				
BE1D	Base Élèves 1er Degré	pilotage et à la gestion des élèves de l'enseignement du premier degré		Le temps de la scolarité	Directeur d'école, Direction académique, Ministère de l'Éducation nationale
CASSIOPEE	Chaine Applicative Supportant le Système d'Information Oriente Procédure pénale Et Enfants	enregistrement d'informations relatives aux plaintes et dénonciations reçues par les magistrats, dans le cadre de procédures judiciaires, afin d'améliorer le délai de traitement des procédures, et d'assurer l'information des victimes.		Jusqu'à 30 ans	Le ministère de la justice.
CEL	cahier électronique de liaison	Journal de bord des centres pénitentiaires			
CHEOPS	Système de circulation hiérarchisée des enregistrements opérationnels de la police sécurisés	fédère et permet de donner accès à différentes applications de police			
EURODAC	Fichier dactyloscopique de l'Office français de protection des réfugiés et apatrides				
FAC	Fichier automatisé des casinos				Ministère de l'intérieur
FAED	Fichier national des empreintes		Au 31 janvier 2010, le FAED	25 ans	Ministère de l'Intérieur

	digitales		comptait : 3 451 622 individus enregistrés et 192.623 traces non identifiées		
FAR	Fichier alphabétique de renseignement	permettre aux militaires des unités opérationnelles d'acquérir une connaissance approfondie de leur population résidente, en particulier sur leur dangerosité	60 millions		
FBS	Fichier des brigades spécialisées				
FCC	Fichier central des chèques et des retraits de cartes bancaires "CB"		1.614.000 en 2011	Jusqu'à 5 ans	Banque de France
FICOBA	Fichier national des comptes bancaires et assimilés	Direction générale des finances publiques, Ministère du Budget	80 millions de personnes (y compris étrangers ayant ouvert un compte bancaire dans une agence française)	3 ans après clôture du compte	La Direction générale des finances publiques (DGFIP) du Ministère du Budget
FICP	Fichier national des Incidents de remboursement des Crédits aux Particuliers		2,5 millions de personnes	5 ans	Banque de France
FIJAIS	fichier judiciaire automatisé des auteurs d'infractions sexuelles ou violentes		43.408 fiches en 2008	Jusqu'à 30 ans	Ministère de la Justice
FIT	Fichier informatisé du terrorisme		43 408 personnes, source : CNIL		
FNAEG	Fichier national automatisé des empreintes	Couplé avec FSCP	En 2010, les profils génétiques de	40 ans pour les condamnés, 20 ans pour les	Direction centrale de la police

	génétiques		1.257.182 individus dont : 972 042 personnes mises en causes, 285 140 personnes condamnées, 64 774 traces non identifiées	mis en cause	judiciaire, Ministère de l'Intérieur
FNCI	Fichier National des Chèques Irréguliers		160 613 226 chèques consultés en 2008	Jusqu'à 10 ans	Banque de France
FNFM	Fichier national du faux monnayage				
FNIS	Fichier national des interdits de stade				
FNPC	Fichier National des Permis de Conduire				
FNT	Fichier national transfrontières				
FPIS	Fichier des Personnes Interdites de Stade			5 ans	Ministère de l'Intérieur
FPNE	Fichier des personnes nées à l'étranger		7 millions		
FPR	Fichier des personnes recherchées		406 849 fiches en 2010	Illimité, jusqu'à découverte	Ministère de l'Intérieur et Ministère de la Défense
FRG	Fichier des renseignements généraux	Fusionné dans EDVIGE			
FSCP	Fichier du Service Centrale des Prélèvements Biologiques (FSCP)	Couplé avec FNAEG		40 ans pour les condamnés, 20 ans pour les mis en cause	Direction centrale de la Gendarmerie nationale, Ministère de la Défense
FVV	Fichier des véhicules volés	est connecté avec les dispositifs de LAPI			
GERFAUT	Gestion électronique des reconduites à la frontière audiencées en urgence par les				

	tribunaux				
GEVI	Gestion des violences urbaines		7300		
JUDEX	Système judiciaire de documentation et d'exploitation	Fusionné dans TAJ		Jusqu'à 40 ans	
LAPI	lecture automatisée des plaques d'immatriculation	Est connecté au SIS			
OSCAR	Outil de Statistique et de Contrôle de l'Aide au Retour	effectuer le suivi administratif, budgétaire et comptable des procédures d'aide au retour gérées par l'Office français de l'immigration et de l'intégration	12.000 par an		Office français de l'immigration et de l'intégration
PNR	Fichier des Passagers				
PREVENTEL	Base de prévention des impayés	Anomalie et impayés dans le domaine de la téléphonie mobile	1 557 000 particuliers inscrits dont 150 000 le sont au moins 2 fois, en 2008		Groupement d'Intérêt Économique Prévention télécommunications (GIE Préventel)
PULS@R	Bureautique brigade				
RMV2	Fichier réseau mondial visas 2				
RNIAM	Répertoire national interrégimes des bénéficiaires de l'assurance maladie		66 658 528 assurés sociaux tous régimes confondus (dont 49 708 902 bénéficiaires du régime général) en 2009	2 ans après le décès de l'assuré	Le ministère du Travail et des Affaires sociales.
RNIPP	Registre National d'identification des Personnes Physiques (RNIPP)	Entre autres, fourni le Numéro d'Inscription au RNIPP, autrement appelé NIR ou	97,1 millions de personnes sont inscrites au répertoire (80,1 millions pour la métropole et 17	Illimitée	L'INSEE

		N° INSEE	pour l'étranger et les TOM)		
SALVAC	Système d'analyse des liens de la violence associée aux crimes				
SID SIV	Système d'information décisionnel du système d'immatriculation des véhicules	Anciennement Fichier Central des Automobiles (Ministère des Transports)	Parc de voitures particulières immatriculées au 1 er janvier 2004 : 30 582 717	5 ans après destruction du véhicule	Agence Nationale des Titres Sécurisés, Ministère de l'Intérieur
SIECLE	Système d'Information pour les Élèves en Collèges et Lycée et pour les Établissements	Anciennement SCONET	Délivre le n° BEA (Base Élève Académie), qui deviendra n°INE dans APOGEE		Ministère de l'Éducation nationale
SIS	Système d'information Schengen	contrôle des entrées dans l'espace Schengen	1.223.871 signalements en 2009		Pour la France, le Ministère de l'Intérieur
STIC	Système de traitement des infractions constatées	Fusionné dans TAJ	6,5 millions de mis en cause et 38 millions de victimes en nov. 2011	Jusqu'à 40 ans	
STIC-Canonge		version photographique			
TAJ	Traitement des antécédents judiciaires	STIC + JUDEX, alimenté par l'application ARDOISE			
TES	Titres électroniques sécurisés				

4. Carnet de bord

07/08/2008	Conférence f8	http://www.facebook.com/album.php?aid=51655&id=20531316728&ref=mf
12/08/2008	Ouverture du blog Les identités numériques	http://www.identites-numeriques.net/
26/08/2008	Facebook annonce 100 millions de membres	http://blog.facebook.com/blog.php?post=28111272130&ref=mf
02/10/2008	Facebook annonce qu'il installe son siège social européen à Dublin	
09/10/2008	Facebook installe un siège commercial à Paris	
04/12/2008	Facebook lance Facebook Connect	https://www.facebook.com/press/releases.php?p=69602
16/12/2008	1er RDV avec FMJ : financement, axes,	
04/02/2009	Modification majeure des conditions d'utilisation de Facebook (i.e. licence globale)	https://blog.facebook.com/blog.php?post=50531412130
18/02/2009	Facebook annule les dernières modifications de ses conditions d'utilisation	http://blog.facebook.com/blog.php?post=54746167130
23/02/2009	Inscription administrative en doctorat	
26/02/2009	Nouveaux correctifs des conditions d'utilisation (renommées Droits et responsabilités) : création des 10 principes de Facebook.	https://www.facebook.com/press/releases.php?p=85587
10/03/2009	Séminaire avec Roger Odin	
02/04/2009	RDV FMJ	
02/04/2009	Interview par une journaliste de la RSR (Radio Suisse Romande) à propos du passeport biométrique : Evelyne Widmer-Schmitt le dit moins grave que Facebook	
08/04/2009	Création de Facebook Governance : plateforme collaborative de gouvernance des Droits et responsabilités	
11/04/2009	Interview par une journaliste de la RSR (Radio Suisse Romande) à propos du passeport biométrique : Evelyne Widmer-Schmitt le dit moins grave que Facebook	
16/04/2009	Sortie de l'e-book Cultivez votre identité numérique	http://youontheweb.fr/guide-pratique/cultivez-votre-identite-numerique-le-guide-pratique-888/
01/05/2009	Facebook est provisoirement interdit en Iran (pendant la durée des élections présidentielles)	
09/05/2009	Table ronde avec Bougnoux, Cardon et Flichy à la mC2 sur internet, un nouvel espace démocratique ?	http://www.mc2grenoble.fr/mc2_programme_reservation/2008-2009/forum_democratie/prog_repid.php
17/05/2009	Affaire Reut Zukerman (fausse amie mais vraie espionne, du Hezbollah ?)	http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,694582,00.html
17/05/2009	Digital Sky Technologies apporte $200 millions au capital de Facebook	
25/05/2009	Contact mail avec Christine Defuans, ancienne du GRESEC	

25/05/2009	Mail de contact financement @Christine Defuans, ancienne du GRESEC	
03/06/2009	Contact mail Dominique Cardon financement Orange Labs	
10/06/2009	Journée des doctorants : je présente vite fait mon sujet...	
20/06/2009	Participe à l'émission de BFM TV Partageons nos idées, sur le thème «Plutôt James Bond ou Big Brother ?». Je dirais plutôt Jason Bourne aujourd'hui	
24/06/2009	Séminaire Proteus à Paris, assis à côté de Cardon. En présence de Tisseron, Perriault, Bougnoux. A midi, mange en face de Louise Merzeau et Jacques Perriault. Il me conseille de lire Dark Side of Numbers, Seltzer et Anderson	
12/08/2009	1er anniversaire du blog	http://www.identites-numeriques.net/
01/09/2009	Facebook est interdit en Chine et au Viet-nam	
19/09/2009	Séminaire doctoral d'Y. Jeanneret au GRESEC. J'en profite pour l'interroger sur la notion de trace	
29/10/2009	Mail de Bérénice : « à part que ma capacité de self contrôle ne fait que croître ça va ^^ non sincèrement j'ai pas envie de me prendre la tête donc comme l'a dit Bérangère je ferme ma gueule et je souris^^ je deviens relativement efficace dans cet optique! Je me dis qu'il ne reste pas longtemps donc je prends sur moi ! en plus ils e sont aperçu que j'allais sur Facebook, donc je ne suis pas en situation pour revendiquer quelque chose... :-P c'est pas grave, je commence à bien aimer ce côté faux-cul que j'ai envers^^ merci quand même Monsieur! »	
19/11/2009	Changement des règles de confidentialité : je risque de perdre accès à la capture des statuts de mes étudiants	
19/11/2009	Discussion au réfectoire de l'IMT sur la présence des apprentis à la table des formateurs : Rachel est contre	
03/12/2009	Discussion avec Cédric A. : «En compta, il y a% de saisie, le reste c'est du contrôle de saisie».	
03/12/2009	Discussion avec Cédric : «En compta, il y a 5% de saisie, tout le reste c'est du contrôle de saisie : on vérifie qu'on ne sait pas trompé en tapant les chiffres»	
09/12/2009	Nouveau changement dans les réglages de confidentialité	https://www.facebook.com/press/releases.php?p=133917
11/12/2009	Des photos privées de Zuckerberg diffusée dans la presse, juste après les modifications des conditions d'utilisation (lol)	http://gawker.com/5423914//gallery/gallery/3
09/01/2010	Michaël Arrington (TechCrunch) interviewe Mark Zuckerberg : «the privacy is over»	http://www.ustream.tv/recorded/3848950
21/01/2010	Sortie du livre «Accidental Billionnaires», de Ben Mezrich	
11/02/2010	Visite de l'AERES, avec B. Ollivier	
23/03/2010	Nouvelle discussion sur les repas avec les apprentis à l'IMT : y a des pour et des contres	
26/03/2010	Mise à jour des Droits et Responsabilités	
08/04/2010	Visite de Dominique Cardon au GRESEC : présentation devant Bernard Miège. Bcp de points communs avec l'EP fragmenté. BM part avant les questions. DC nous laisse son powerpoint. Je le ramène en voiture à cause de l'alerte simulation.	
22/04/2010	Envoi mail questionnaire échantillon exploratoire	
24/04/2010	Un pirate essaye de vendre 1,4 million d'identifiants Facebook	

06/05/2010	Faille de sécurité découverte dans le module de 'chat', permettant d'avoir accès à des conversations privées	
24/05/2010	eG8forum à Paris	
31/05/2010	Publication sur le site de Facebook d'une offre d'emploi pour un développeur d'application Desktop : l'écosystème FB va-t-il se répandre en-dehors du navigateur web ?	https://www.facebook.com/careers/department.php?dept=seattle&req=176015382453267
25/06/2010	Publication de la version 'draft' du NSTIC (Nat'l Strategy Guide for Identity on Cyberspace)	
29/06/2010	Facebook ferme le groupe antiBP (marée noire dans le golfe du Mexique)	
08/07/2010	BBQ de fin d'année avec les AG2 :chez Bérénice, avec Anaïs, Hermione, Lise, Carmen et Patricia	
08/08/2010	Facebook rachète 18 brevets à Friendster afin d'empêcher des poursuites judiciaires	
12/08/2010	2ème anniversaire du blog	http://www.identites-numeriques.net/
23/09/2010	Facebook est hors de service pendant quelques heures à cause d'une erreur de manipulation au sein de l'équipe des développeurs	
29/09/2010	Lancement de Facebook Places en France	
01/10/2010	Sortie US du film «The social network», de David Fincher	
04/10/2010	Mise à jour des Droits et Responsabilités	
05/10/2010	Présentation du nouveau 'profil' dans Facebook	http://blog.facebook.com/blog.php?post=462201327130
13/10/2010	Partenariat avec Microsoft Bing pour développer le social search	http://adage.com/article/digital/microsoft-friends-facebook-social-search/146446/
13/10/2010	Albert (ancien AG) revient à l'IMT en CGO : pas de boulot intéressant avec son 1er BTS. On parle de la thèse dans la présentation des thèmes. Beaucoup d'intérêt manifesté	
15/10/2010	Cassandra est remplacé par HBASE (NOSQL inspiré par le BigTable de Google)	
29/10/2010	Soutenance IDRAC, avec du community management et des réseaux sociaux	
30/10/2010	Envoi pour l'appel à communiquer des Cahiers du numérique	
04/11/2010	Rentrée des doctorants au GRESEC	
05/11/2010	RdP de Cyril (AG1) sur les écoutes de la DCRI	
09/11/2010	RDV FMJ	
10/11/2010	RdP des AG1 : débat sur la notation à l'école. globalement, ils sont pour.	
12/11/2010	Entretien avec Cédric A., formateur en gestion. « En marketing, on catégorise les individus en trois familles : le client qui achète, le prospect qui est qualifié pour acheter (pouvoir d'achat, besoins correspondant à la pyramide Maslow, estime, sécurité, etc.), et tous les autres qui pourraient devenir des prospects. On les appelle des suspects	
15/11/2010	Annonce du service de mail, avec une adresse du type xyz@facebook.com	
15/11/2010	Annonce du service de mail, avec une adresse du type xyz@facebook.com	

18/11/2010	CDPM : les réseaux sociaux et la recherche d'opportunité professionnelle Suivi du RDV avec Olivier Cateura	
20/11/2010	Fin d'import des contacts Gmail - Facebook	http://techcrunch.com/2010/11/20/facebook-google-2/
22/11/2010	En Belgique, lancement de la campagne 'Facebook te fiche'	http://www.gsara.be/facebooktefiche/
29/11/2010	URFIST Strasbourg : bcp de questions sur les réseaux sociaux au profit des bib. Peu de questions sur des méthodos persos	
16/12/2010	Lancement du Group tagging, l'automatisation du marquage des photos	http://blog.facebook.com/blog.php?post=467145887130
16/12/2010	Mise à jour des réglages de confidentialité	
16/12/2010	MàJ des règles de confidentialité	
03/01/2011	Prise de participation de Goldman Sachs et Digital Sky Technology (RU), à hauteur de 500 millions de $ (valorisation globale : 50 milliards $)	
11/01/2011	Séance inaugurale du séminaire ISCC sur les identités numériques : j'ai retrouvé Camille Alloing et Béatrice Galion-Mélénec. + Michel Arnaud, Louise Merzeau	http://www.identites-numeriques.net/20-01-2011/compte-rendu-du-seminaire-identites-numeriques
14/01/2011	Journée de formation à l'IDRAC Lyon sur l'identité numérique professionnelle. Ils font de la comm' d'entreprise, ne connaissent pas les notions de feedback, push/pull et ne voient aucun intérêt à Twitter...	
18/01/2011	Je suis une formation du SICD sur Zotero.	
19/01/2011	Séminaire GPB : le nouvel espace public avec Mœglin et discussion avec Bernard Miège : question de G. Vidal sur la prise de décision issue de l'EP. Réponse de B. Miège : l'EP est un cadre goffmanien de construction du sens commun	
19/01/2011	Mail de relance auprès de Gwendal Le Grand	
24/01/2011	RdP de Mathilda sur le départ d'Eric Schmidt : du gros n'importe quoi dans les explications.	
25/01/2011	Piratage de la page personnelle de Zuckerberg sur Facebook	http://techcrunch.com/2011/01/25/zuckerberg-fan-page-hack/
31/01/2011	RdP de Fairouz sur l'interdiction d'Internet en Égypte (les suites de la Tunisie)	
01/02/2011	Lancement de Facebook Deals, géolocalisation pour de la publicité locale	
02/02/2011	Mini conférence du CDPM@GEM sur les réseaux sociaux dans la recherche de stage.	
03/02/2011	RDV FMJ : passage en revue questionnaire/entretiens	
04/02/2011	On commence la synthèse sur les blogs avec mes AG1 : ils n'y connaissent vraiment rien	
08/02/2011	Élection au PRES, je suis sur les listes	
24/02/2011	Élection au PRES, je suis élu au collège doctoral de Stendhal.	
02/03/2011	Comment Box plugin	http://developers.facebook.com/blog/post/472
07/03/2011	Journée de formation URFIST Paris sur l'identité numérique du chercheur.	

08/03/2011	Real-Time Analytics for Social Plugin	http://developers.facebook.com/blog/post/476
08/03/2011	Journée de formation URFIST Paris sur la valorisation de la recherche par les RSN.	
14/03/2011	1er RDV avec Jérôme J., à Pétale, qui veut lancer un token fourre-tout en idnum. A suivre...	
16/03/2011	Séminaire GPB sur la banalisation de la surveillance : je remplace Bernard Miège de manière impromptu. Je fais donc le discutant avec André Mondoux, pro-heideggérien engagé	
23/03/2011	Séminaire GPB	
25/03/2011	AG1 : exposé sur Facebook et l'individualisme. Assez intéressant. J'enchaine avec un béta-test du questionnaire : quelques points à corriger.	
04/04/2011	Exposé Wesford sur l'e-reputation des entreprises : les élèves en MUC ne voient pas l'intérêt...	
05/04/2011	On discute engagement politique des jeunes, critique du culte de la performance, avec Jocelyne : il semble qu'elle ait lu l'IQV	
06/04/2011	Séminaire GPB : Bernard Miège présente L'espace public contemporain. Suite à une question de Geneviève Vidal (sur la prise de décision comme aboutissement des processus discursifs rationnalisés dans l'espace public), BM et Isabelle Pailliart discutent et en viennent à redéfinir l'espace public comme un cadre d'expérience à la Goffman.	
07/04/2011	Repas avec Jérôme J. pour son projet d'entreprise	
08/04/2011	Exposé en AG1 sur les réseaux sociaux et la vie privée, suivi d'un débat intéressant	
08/04/2011	Exposé AG1 sur les sectes : où l'on apprend que les Illuminati gouvernent le monde	
14/04/2011	Séminaire Bernard Miège, à propos de son livre L'espace public contemporain. Q&R avec les doctorants.	
27/04/2011	Pdt la semaine de révision, RDV entretiens individuels avec Anaïs, Bérénice, Carmen, Doriane, Lise, Florence, Hermione, Gérard, Patricia, Raoul	
29/04/2011	Brainstorming avec Jérôme J. : des désistements ou des abandons, JJ a monté son projet tout seul. Il semble vouloir qu'on le valide ex post, et cherche des associés. Il apportera 5000€ au total : c'est ridicule.	
05/05/2011	RDV avec le CIL de la CCI Grenoble	
11/05/2011	Salon de Besançon : présentation le matin, rencontres avec des profs qui font des Twitter classes (Christelle Membrey, Laurence Juin) et du personnel académique (Jérôme Labriet qui parle des «résidus de la vie privée dans un espace numérique clos», les ENT ; Didier Ramstein, IA : les élèves sont des cryptozappeurs collaboratifs», l'inspection académique va désormais porter sur les dispositifs, les documentalistes vont avoir un rôle à jouer dans la médiation numérique), suivi d'une table ronde avec	
11/05/2011	Facebook a demandé à Burson-Marsteller d'employer un blogueur pour diffuser de fausses informations relatives à des tentatives de violation de la vie privée par Google	http://www.businessinsider.com/facebook-google-lies-2011-5
19/05/2011	RDV FMJ : je propose un plan franchement pas terrible. Elle attendait quelque chose de plus original...	
25/05/2011	Je suis une formation du SICD sur le dépôt électronique de la thèse.	

07/06/2011	Formation URFIST Nancy : bon échange avec la salle sur la frontière vie privée/vie professionnelle. Je raconte l'après-midi tout ce que j'ai appris d'un stagiaire en mangeant avec lui	
07/06/2011	Reconnaissance faciale par défaut	https://blog.facebook.com/blog.php?post=467145887130
09/06/2011	Formation URFIST Lyon	
11/06/2011	Journée des doctorants : bonne impression suite à ma présentation. Isabelle Pailliart accepte l'identité comme objet (identités au pluriel) et Bertrand Cabedoche souligne le flottement de vocabulaire entre socialité et sociabilité. Ils ont tous les deux raisons.	
20/06/2011	Je suis ATER !	
20/06/2011	Après les 1ers oraux pro des AG2, et les difficultés de la mise en place du nouveau référentiel, certains apprentis sont déstabilisés par le mode d'interrogation des jurys. Du coup, ils insultent les collègues sur Facebook (non sans avoir coupé les relations d'amitié) ! (Vivianne + Nadège)	
27/06/2011	Mail de recommandation à Pit pour contacts LinkedIn	
28/06/2011	Conseil de l'école doctoral LLSH pour l'attribution d'une bourse : grosse impression de Guillaume Blanc. Les SIC ont toujours du mal à se faire accepter (cf. le dir. du CRI)	
01/07/2011	Contact avec Nicolas Seidler et Constance Bommelae (PIt->Yahoo->LinkedIn)	
02/07/2011	BBQ avec les AG2 : annulé pour cause de mauvaise ambiance ; certaines apprenties (qui n'ont pas eu leur BTS) ne veulent pas les profs. Celles qui l'ont eu parce que les profs les ont fait bossé voudraient qu'ils soient là. Du coup : on annule tout !	
11/07/2011	Je ne suis plus ATER	
12/08/2011	4ème anniversaire du blog	http://www.identites-numeriques.net/
18/08/2011	Modification des réglages de confidentialité	
24/08/2011	Abandon du service de géolocalisation Places	
02/09/2011	Fin de la campagne de discussion sur les nouvelles règles de confidentialité	https://www.facebook.com/fbsitegovernance?sk=app_4949752878
03/09/2011	Mise en place de nouveaux réglages de confidentialité en France	
05/09/2011	RDV avec Nathalie Pignard-Cheynel pour mettre en place le module « insertion professionnelle par la construction d'une identité numérique » pour les M1/M2 Journalistes	
08/09/2011	Réunion de rentrée des doctorants : je suis élu représentant avec Alexander Kondratov (les 2 plus vieux du labo)	
09/09/2011	Je présente mes résultats à FMJ et ses doctorants : difficulté à tenir du quanti dans 20 minutes. Des problèmes de vocabulaire	
09/09/2011	Réunion des doctorants de FMJ	
11/09/2011	Relance Nicolas Seidler et Constance Bommelae	
14/09/2011	Constance Bommelae me propose de contacter Christine Runnegar (ISOC)	
16/09/2011	Soutenances à l'IDRAC, on parle (encore et encore) web 2.0 et community management.	

23/09/2011	M1 Journalisme : présentation du module Insertion pro par la construction d'une identité numérique. Ils ont l'air intéressé. Une étudiante, qui avait écrit un bouquin sur son anorexie, découvre qu'une connaissance à elle a usurpé son identité sur Twitter et Dailymotion, et publie des contenus pro-ana
25/10/2011	Entretien avec Jocelyne Levet
25/10/2011	Entretien avec Jocelyne Levet à l'IMT. J'en profite pour récupérer la lettre que Nadège avait reçu de son employeur relativement à son usage abusif de Facebook et du mobile en entreprise.
08/11/2011	participe au repas organisé par l'INRIA, TNS SOFRES et Textuel La Mine à propos du baromètre de la vie numérique. En présence de Sylvestre Huet, Dominique Cardon, Fred Cavazza et Eric Dupin, plus un gars de chez Knowtex et un autre de la BNF.
15/11/2011	Je passe récupérer Bé à l'IMT : je croise Albert que ma thèse intéresse beaucoup. On discute un peu du sujet
18/11/2011	Le matin : conférence de B. Andrieu (organisée par FMJ), en présence de Chantal Massol. On discute méthodologie immersive et inscription de la vie affective dans le travail du chercheur. Mange avec Jean-Philippe de Oliveira et Virginie Tawil. Présentation du journal Chercheurs d'Horizon, dans le cadre d'un atelier du CIES. L'équipe voudrait monter en gamme dans la production de son journal (16 pages A4). La question de l'insertion des doctorants et l'interdisciplinarité est au cœur de leur projet. Il se heurte au cadre de leur discipline (sciences dures), de l'espace de production (atelier du CIES) et de la politique scientifique (PRES).
25/11/2011	Mon billet Vendredi c'est privacy (Google et l'opt-out des box) occasionne un échange avec Karl Dubost. Il m'envoie l'URL du message qu'il vient de publier sur la mailing-list privacy du W3C. Jules Polonetsky (Future of privacy forum) répond que l'opt-out est la seule solution pour construire certains services sociaux (il donne l'exemple du don d'organe).
01/12/2011	Keynote de 15 min' sur les enjeux de l'identité numérique, à l'invitation du réseau des Masters en Communication de Paris XIII (organisée par Sami Kouni, Anne-Sophie Boyer et Halmut Holken). Mot d'introduction par Dominique Carré. J'ai croisé Geneviève Vidal qui m'a parlé de mon article à paraître pour Terminal. Au retour, je ne m'arrête pas à Lyon, pour l'apéro blogging scientifique de l'Urfist. Dommage, Claire Denecker m'avait invité (via LinkedIn) et ça aurait été l'occasion de rencontrer Pierre Mounier.
05/12/2011	Présentation des résultats de l'enquête 'Usages et perception des RSN' à l'ISCC. Alexandre Coutant est absent : j'ai rdv avec Thomas Stenger et Olivier Le Deuff au Bon Coin. Il y a 11 personnes, dont Camille Alloing, dans la salle (la cave de la Maison de l'interdisciplinarité et de la communication). C'est la première fois que je présente des résultats quantitatifs : j'ai été très mauvais. Avant la présentation, je discute un peu avec Olivier qui travaille à Bordeaux, sur le projet d'un réseau social de chercheurs. Après la présentation, je discute un peu avec Camille sur l'ambiguïté des postures de chercheur, blogueur et praticien. Au Quick de la Gare Montparnasse, Olivier et moi discutons à nouveau des aléas de la qualification et de la nomination.
06/12/2011	Présentation à Bordeaux d'une conf' sur les réseaux sociaux de chercheurs, à la suite de celle de Joanna Janik et Émilie Manon (IMAG) sur l'e-science, et celle de Valérie Carayol (directrice labo MICA) sur l'Institut des Humanités Digitales (IdEx). Joanna m'a parlé d'une équipe à Montpellier (RISEN, Isabelle Goy) qui dresse un état de l'art des réseaux sociaux de chercheurs. V. Carayol m'a demandé quand est-ce que je comptais soutenir, et si je me destinais à la qualif'
08/12/2011	Encore une discussion sur la séparation apprentis/formateurs à la cantine de l'IMT

12/12/2011	J'ai assisté au séminaire IXXI sur les réseaux sociaux (INSA de Lyon), regroupant des mathématiciens, des informaticiens et des sociologues, des philosophes. J'en ai profité pour prendre contact avec Gwendal le Grand, de la CNIL.	http://www.ixxi.fr/?p=861&lang=fr
13/12/2011	J'ai été contacté par Isabelle Pailliart pour me rapproche du séminaire sur l'industrialisation de la formation (SIF) animé par Pierre Mœglin. j'en profite également pour amorcer un échange avec Bernard Miège sur les industries de la réputation. Le terme ne lui convient pas.	
14/12/2011	Mail de contact avec Gwendal Le Grand	
16/12/2011	Mail de contact avec Isabelle Gouat du projet RISEN sur les réseaux sociaux à l'université	
24/01/2012	entretien avec Bernard Miège sur le terme 'industries de la réputation' : qu'est-ce qu'une industrie ? Où se trouve l'industrialisation ? Quelle est la matrice reproductible dans la réputation ? L'algorithme ? Idem, qu'est-ce que la réputation ? Son acception (quantitativiste) est-elle la même en France et aux USA ? Le NSTIC correspond à un processus socioculturel qui aboutit à l'individualisation.	
06/02/2012	Discussion avec JCMdB, chaire Unesco, sur les DCP, les stratégies d'acteurs : on parle configuration de Norbert Elias plutôt que écosystème. De nombreuses discussions par la suite	
08/02/2012	RDV avec Isabelle Pailliart sur les pratiques pédago innovantes	
18/03/2012	Envoi de l'article Dis-solutions à Stef suivant les consignes d'Estrella Rojas	
22/03/2012	Juan-Carlos Miguel de Bustos (Chaire UNESCO) semble intéresser par mes travaux : il réfléchit actuellement à l'économie de la recommandation. Bcp de points communs	
23/03/2012	La soirée élection BDE@GEM a dû être bien arrosée, en plus les photos sont sur Facebook (avec la mention de l'école) : on n'est pas content au CODIR	
26/03/2012	On discute industrie réputation/stratégies GAFA avec JCMdB	
26/03/2012	Envoi article @Camille pour SFSIC	
27/03/2012	Le cycle de conférences de l'Université ouverte (Lyon) est reconduit pour 2012-2013	
28/03/2012	Proposition CRDP Toulouse pour conférence : apparemment il y aura Cardon et Fanny Georges	
29/03/2012	On discute écosystème avec JCMdB et Guillaume : je parle de la configuration éliassienne revisitée par Rebillard	
29/03/2012	Rencontre incubateur UJF avec FMJ et Guillaume : quelles compétences en SIC dans la valorisation des brevets UJF ?	
29/03/2012	Séminaire doctoral avec Emmanuel Souchier : de l'énonciation éditoriale à la lettrure	
30/03/2012	Discussion avec JCMdB sur la différence entre économie et industrie ; je lui parle aussi de l'article de la SFSIC sur le cadre épistémo de la réputation	
30/03/2012	Envoi de l'article SFSIC	
05/04/2012	Séminaire UNESCO avec JCMdB sur les GAFAnomics	
09/04/2012	Facebook rachète Instagram pour 1 milliard de $	http://newsroom.fb.com/Announcements/Facebook-to-Acquire-Instagram-141.aspx

09/04/2012	Séminaire de JCMdB : remise en cause de la notion de chaine de valeur dans l'édition des DCP. Trop d'acteurs, pas de linéarité dans la chaine. Pas de terme remplaçant pour l'instant	
12/04/2012	Nouvelle présentation de Google+	http://googleblog.blogspot.fr/2012/04/toward-simpler-more-beautiful-google.html
26/04/2012	RDV FMJ : 1ers retours sur l'écriture. Y a du boulot…	
31/05/2012	Je discute avec Camille et Alexandre Coutant sur Identic/Idénum : les facteurs sont pas content, ça leur fait du boulot en plus...	
01/06/2012	Retour du congrès de la SFSIC : plein de débats intéressants. Bonne présentation de notre papier avec Camille : de nombreux échanges avec Isabelle Pailliart, Alexandre Coutant. Retrouve Gustavo, prix du jeune chercheur de la SFSIC : il a soutenu en décembre 2011 ! Il était sous le coup de la directive Guéant...	
11/06/2012	interview par 2 étudiants (IUT Info/LIC Histoire) stagiaires au DL sur les réseaux sociaux et Grenoble	
18/06/2012	Tiens, et si je changeais mon plan...	
19/06/2012	Pôle numérique @Valence-TGV : Cardon (invité au jury, mais souffrant), Fanny Georges, Fadhila Brahimi, Charles Nouÿrit, JB MacLuckie, Maël le Hir, des rencontres sympa, mais rien de 9	
19/06/2012	J'interroge Charles Nouÿrit sur Identic : tout va bien. Je lui fait part des remarques de Camille et Alexandre : il rigole et dit que tout va bien, «c'est de la branlette de syndicat». Puis il annonce qu'il part au Canada, parce que là-bas on peut faire du business	
19/06/2012	Charles Nouÿrit explique le process des comptes certifiés de Twitter repose sur un simple échange téléphonique...	
25/07/2012	Vient d'être contacté par une journaliste d'Atlantico pour un dossier sur les memes : l'ai renvoyé à Yann Leroux et O. Mauco	
14/09/2012	RDV FMJ : corrections 1ère et 2ème partie → On décale le rendu final au S1-2013	
15/10/2012	RDV FMJ : suite corrections	
16/10/2012	RDV Chaire Orange avec Benoit Meyronin @GEM	
26/10/2012	Je ramène Laurent Creton et Patrice Flichy après la soutenance de Manu Dupuy-Salles : je présente mes travaux à Flichy, qui manifeste son intérêt	
15/11/2012	RDV Chaire Orange @Paris avec JM Salaün, Anka Boboc	
22/11/2012	RDV avec BMiège sur le modèle du salon (une déclinaison) et l'espace anecdotique (intéressé). OK pour jury (en avril)	
30/11/2012	Interview par Aude Fredouelle, étudiante en master Journalisme Sciences-Po Grenoble, pour l'AvantPost : thème = «le droit à l'oubli»	http://www.lavantpost.info/?p=3710
10/12/2012	RDV FMJ : suite rédaction + jury	

5. Revue de presse de Facebook, capturée par Factiva, quatrième trimestre 2008

« Elle ne doit pas devenir la rue des bars bobo ».
Ouest France, 1 octobre 2008, 148 mots, (Français)

60% des Français connectés à internet à la maison (sondage BVA-Phone House)
Agence France Presse, 19:44, 1 octobre 2008, 257 mots, (Français)
Environ 60% des Français sont connectés à internet à la maison, soit quasiment trois millions de plus qu'en octobre 2007, et 82% possèdent un mobile, selon le baromètre annuel sur les nouvelles technologies BVA-The Phone House-BFM-La ...

Facebook: Cachez donc ce code que je ne saurais voir
The Inquirer, 1 octobre 2008, 273 mots, (Français)
Il y a quelques jours, un morceau du code source du portail communautaire Facebook s'est retrouvé sur Internet à la suite d'un mauvais rhume.

Internet et les jeunes: il faut sécuriser
Le Jeudi, 2 octobre 2008, 104 mots, (Français)
Les réseaux sociaux sur Internet, type Myspace ou Facebook, qui sont souvent l'apanage des jeunes générations, sont appelés à connaître un succès majeur dans les prochaines années.

Réseaux sociaux; Garde-fous
Le Jeudi, 2 octobre 2008, 408 mots, (Français)
La Commission s'affaire à mettre opérateurs fournisseurs d'internet autour d'une même table pour qu'ils élaborent un code de bonne conduite sur les réseaux sociaux.

Facebook: des amis à la pelle
Le Matin, 2 octobre 2008, 428 mots, (Français)
Sur Facebook, il suffit d'un clic pour se faire un nouvel ami. Et si vous avez la main alerte, vous en aurez rapidement 10, 20,100… Car si quelqu'un vous plaît, vous le «addez», comme on dit sur ce site créé en 2004 par un étudiant de ...

Réseaux sociaux : les bons réflexes à adopter
Trends/Tendances, 2 octobre 2008, 179 mots, (Français)
Les réseaux sociaux sur l'Internet, comme Facebook, peuvent menacer une carrière à cause des images ou informations capables de détruire une réputation. Voici quelques manières de se protéger de ses «amis» :

comScore Publie le Classement des Sites les Plus Visités en France en Aout 2008
PR Newswire Europe, 13:15, 2 octobre 2008, 873 mots, (Français)
PARIS, October 2 /PRNewswire/ --- Les Jeux Olympiques ont attiré le trafic Internet vers les sites de sport, tandis que Facebook.com a fait son apparition dans le Top 25 des sites les plus populaires en France.

Possibilité de vol d'identifiant de connexion pour Facebook
The Inquirer, 2 octobre 2008, 326 mots, (Français)
A partir d'une adresse officielle Facebook.com, un pirate peut intercepter les identifiants de connexion de n'importe quel membre. La correction serait en cours.

Son lycée de Melun la soutient via Facebook
Le Parisien, 3 octobre 2008, 229 mots, (Français)

ELLE aura à peine eu le temps de faire sa rentrée au lycée Saint-Aspais de Melun. Solène y est en terminale avec option gestion et a encore l'intention d'essayer de passer son bac à la fin de l'année, notamment grâce à des cours par ...

Les (jeunes) anciens se lâchent sur Internet
Sud Ouest, 3 octobre 2008, 293 mots, (Français)
« Yeahhh g.leygues !!!» En SMS dans le texte, le cri du cœur nostalgique de Jonathan en découvrant le groupe des anciens du lycée sur Facebook, le site communautaire aux millions de (jeunes) connectés. Le groupe pèse 190 membres, plutôt ...

Facebook prend ses quartiers à Dublin
Le Figaro, 3 octobre 2008, 223 mots, (Français)
ZOOM Facebook, la vedette des internautes qui compte sur la planète, a choisi Dublin, la capitale de l'Irlande, pour y installer son siège européen. Hier, la petite entreprise devenue en quelques années le site le plus couru de la Toile a ...

Étape 7 - Installez des applications supplémentaires
Micro Hebdo, 3 octobre 2008, 134 mots, (Français)
Depuis peu, Fring intègre des add-on qui permettent, par exemple, à l'utilisateur de rester en contact avec son réseau social ou d'être informé en temps réel de l'arrivée de nouveaux courriels. La liste des applications disponibles peut ...

Un candidat du NPD se retire de la course pour des propos tenus sur le Web
La Presse Canadienne - Le fil radio, 21:45, 4 octobre 2008, 294 mots, (Français)
OTTAWA _ Un candidat du Nouveau Parti démocratique (NPD) dans une circonscription en banlieue de Toronto a démissionné en raison de propos controversés lancés sur Internet.

Un candidat du NPD se retire de la course pour des propos controversés sur le Web
La Presse Canadienne, 21:17, 4 octobre 2008, 320 mots, (Français)
OTTAWA _ Un candidat du Nouveau Parti démocratique (NPD) dans une circonscription en banlieue de Toronto a démissionné en raison de propos controversés faits sur Internet.

INTERNET : MME READING FAIT CONFIANCE À FACEBOOK ET AUX « RÉSEAUX SOCIAUX »
Europolitique Société de l'Information, 6 octobre 2008, 691 mots, (Français)
Comme pour les opérateurs de téléphonie mobile, la commissaire à la Société de l'information, Viviane Reding, fait plus que jamais confiance aux réseaux sociaux en ligne, tels Facebook ou Myspace, pour s'autoréguler face aux problèmes de ...

TÉLÉCOMS : RÉSEAUX SOCIAUX
Europolitique Société de l'Information, 6 octobre 2008, 128 mots, (Français)
Alors que la Commission préconise l'autoréglementation des réseaux sociaux, comme Myspace et Facebook, le Parlement européen a proposé dans un vote en première lecture, le 24 septembre, sur le « paquet télécoms » d'élargir les dispositions ...

Départ d'un des co-fondateurs de Facebook
ATS - Agence Télégraphique Suisse, 01:35, 7 octobre 2008, 226 mots, (Français)
Départ d'un des co-fondateurs de Facebook L'un des deux co-fondateurs du site de socialisation Facebook, Dustin Moskovitz, a annoncé lundi qu'il quitterait la société dans quelques semaines. Il va créer une nouvelle société de services sur ...

Départ d'un des co-fondateurs de Facebook
Agence France Presse, 23:23, 6 octobre 2008, 218 mots, (Français)
L'un des deux co-fondateurs du site de socialisation Facebook, Dustin Moskovitz, a annoncé lundi qu'il quitterait la société dans quelques semaines pour créer une nouvelle société de services sur internet.

"Libé" se socialise

CB News, 6 octobre 2008, 139 mots, (Français)
Pour le relifting de son site, "Libération" innove avec la mise en place d'un "Facebook de l'information". L'idée est de faire en sorte que la communauté du quotidien, qui s'identifie fortement à sa marque et ses valeurs, puisse échanger ...

Twitter, ou 140 caractères pour raconter sa vie
Le Temps, 6 octobre 2008, 826 mots, (Français)
INTERNET. Le service de micro-messages, créé en 2006, compte 2,2 millions d'adeptes. Le phénomène touche désormais l'Europe. Pour qui connaît Facebook, Twitter ressemble comme deux gouttes d'eau aux «statuts» du fameux réseau social en ...

Sur le site Facebook, l'intimité dilapidée
Le Figaro, 7 octobre 2008, 176 mots, (Français)
Facebook, avec ses vies contées par le menu, est devenu un fichier à ciel ouvert. Des dispositifs sont censés préserver un peu d'intimité. Mais ils ne semblent pas infaillibles. La firme britannique de sécurité informatique Sophos révèle ...

Facebook, le règne du n'importe quoi!
La Tribune de Genève, 7 octobre 2008, 629 mots, (Français)
Si vous voulez savoir l'heure qu'il est, inutile de demander à Chuck Norris. Pourquoi? Parce que «Chuck Norris ne porte pas de montre, il décide de l'heure qu'il est». Bigre. Vous l'ignoriez? C'est que vous ne visitez pas souvent Facebook, ...

Facebook fait mordre la poussière à Failbook
VNUNet France, 7 octobre 2008, 313 mots, (Français)
Facebook ne plaisante pas : il a demandé la suspension de l'activité du site parodique Failbook.fr, dédié aux tribulations de nos hommes politiques.

Failbook.fr : quand Facebook fait fermer un site parodique
LePoint.fr, 7 octobre 2008, 227 mots, (Français)
Aussi rapide qu'une étoile filante, Failbook.fr, lancé le 15 juillet dernier, a fermé ses portes lundi. Contacté par des avocats du réseau social Facebook, le site parodique ferait "une utilisation abusive de la charte graphique et du nom" ...

Méribel : création du "Cristal Connexion"
CB Newsletter, 7 octobre 2008, 68 mots, (Français)
Le Festival de la Publicité de Méribel, qui se déroulera du 12 au 17 décembre prochain, crée le "Cristal Connexion", un réseau d'interlocuteurs professionnels regroupant différentes communautés d'intérêts accessibles via Facebook ...

La vie des autres
Le Temps, 8 octobre 2008, 341 mots, (Français)
Mon patron, mon ami? Certains s'en mordent les doigts. Mais pourquoi diable ont-ils ajouté leurs collègues ou supérieurs hiérarchiques comme ami sur leur page Facebook? Le site eco.rue89.com rapporte des témoignages un peu embarrassés. ...

L'un des co-fondateurs de Facebook lâche les commandes
VNUNet France, 8 octobre 2008, 289 mots, (Français)
Le co-fondateur Dustin Moskovitz quitte la société pour une nouvelle aventure professionnelle. Mais le réseau social a gagné un pionnier du Net.

IBM propose une suite pour repérer les failles dans les applications web
Les Actualités de 01Net, 8 octobre 2008, 455 mots, (Français)
Rational AppScan Express Edition est un ensemble d'outils qui permet de vérifier le niveau de sécurité des applications web.Les failles dans les sites ayant pignon sur le Web sont de plus en plus d'actualité, comme le montrent celles de ...

Un chercheur démontre la perméabilité de Facebook et Gmail
ZDNet FR, 8 octobre 2008, 356 mots, (Français)
Un expert en sécurité a mis au point un outil open source pour démontrer comment il est possible d'intercepter simplement le contenu d'une page Facebook ou d'un compte Gmail, lors d'une connexion dans un lieu public.On connaissait les ...

Point de mire; Je suis contre!
Le Jeudi, 9 octobre 2008, 290 mots, (Français)
Une vignette routière pour les frontaliers. Voilà la dernière trouvaille d'un groupe de Luxembourgeois qui se sont retrouvés sur Facebook – mais oui, le réseau social en ligne qui permet à toute l'humanité de communiquer et trouver des ...

La vie des autres
Le Temps, 9 octobre 2008, 265 mots, (Français)
Les grands chefs cuisiniers sont souvent des hommes. Soit. Mais le Guardian souligne qu'au sein des foyers, le chef cuisinier est généralement une femme: la mère de famille. Durant un récent épisode de Masterchef: The Professionals, une ...

Facebook revendique 4,1 millions d'utilisateurs actifs en France
Agence France Presse, 17:35, 9 octobre 2008, 369 mots, (Français)
Le site communautaire Facebook a déclaré jeudi compter 4,1 millions d'utilisateurs actifs en France, ce qui fait de lui le premier réseau de socialisation devant MySpace, et a annoncé vouloir y ouvrir prochainement des bureaux pour ...

Facebook s'installe à Paris
Les Actualités de 01Net, 9 octobre 2008, 529 mots, (Français)
Après avoir établi sa tête de pont internationale à Dublin, la start-up de Palo-Alto prend ses quartiers à Paris. Elle devrait y créer un bureau commercial dans les semaines à venir.

Mark Zuckerberg inaugure la filiale française de Facebook
VNUNet France, 10 octobre 2008, 827 mots, (Français)
Première visite à Paris : le co-fondateur a participé à une session Facebook Developer Garage et à un entretien décalé au Grand Journal de Canal +.

Facebook va ouvrir un bureau commercial en France
Les Échos, 10 octobre 2008, 134 mots, (Français)
Le site communautaire Facebook va ouvrir un bureau commercial en France dans les prochains mois pour faire une régie complémentaire à celle de Microsoft qui, jusqu'à présent, jouait le rôle de régie publicitaire unique pour le site. ...

2001, l'odyssée de Google
Libération, 10 octobre 2008, 61 mots, (Français)
Un peu plus de sept ans, et on a l'impression de remonter d'un siècle. Google, à l'occasion de ses 10 ans, a sorti une version de son moteur basée sur les résultats de début 2001. A voir : Sarkozy, Loana, Facebook ou les 19 résultats pour ...

Facebook ouvre un bureau français
Stratégies Newsletter, 10 octobre 2008, 76 mots, (Français)
INTERNET. Facebook a annoncé l'ouverture prochaine de bureaux à Paris pour répondre à la croissance constante du service en France. L'antenne parisienne devrait voir le jour dans trois semaines. Dans le même temps, Facebook lance deux ...

Facebook brille en France
Midi Libre, 10 octobre 2008, 217 mots, (Français)
Internet Facebook brille en France Le site communautaire Facebook a déclaré hier compter 4,1 millions d'utilisateurs actifs en France, ce qui en fait le premier réseau de

EN BREF
Le Figaro, 10 octobre 2008, 82 mots, (Français)
INTERNET. Fort d'une communauté de 4,1 millions de membres actifs en France, le site communautaire Facebook a annoncé l'ouverture prochaine de bureaux dans l'Hexagone « pour répondre à la croissance constante du service ».

Les développeurs Facebook rencontrent leur idole
Les Actualités de 01Net, 10 octobre 2008, 681 mots, (Français)
Pendant un Facebook Developer Garage, à Paris, les développeurs français ont pu échanger avec Mark Zuckerberg, le fondateur du réseau social. Portraits de quelques passionnés.

Comment (ré)agir face à Facebook?
Datanews, 10 octobre 2008, 764 mots, (Français)
OLIVIER DE WASSEIGE Plusieurs clients m'ont récemment sollicité à propos de l'utilisation de Facebook à des fins professionnelles. Avec une question récurrente: quelle attitude avoir vis-à-vis de ses collaborateurs?

Facebook revendique 4,1 millions d'utilisateurs actifs en France
CB Newsletter, 10 octobre 2008, 141 mots, (Français)
Le site communautaire Facebook a annoncé jeudi compter 4,1 millions d'utilisateurs actifs en France, ce qui fait de lui le premier réseau de socialisation devant MySpace. De quoi inciter Facebook à ouvrir prochainement des bureaux pour ...

Le cœur du député PDC Guillaume Barazzone est à prendre! On a appris cette...
La Tribune de Genève, 11 octobre 2008, 227 mots, (Français)
Le cœur du député PDC Guillaume Barazzone est à prendre! On a appris cette bouleversante nouvelle sur Facebook. Commentaire déposé sur le site par le conseiller national libéral Christian Luscher: «Mesdames, cachez vos filles, maxichibre ...

Teamlog drague les geeks sur Facebook
Les Actualités de 01Net, 13 octobre 2008, 426 mots, (Français)
La SSII organise sur le réseau un concours intitulé Pimp my Geek. Une façon de soigner son image et surtout de glaner des candidatures. Recruter des ingénieurs informaticiens n'est pas une mince affaire pour les SSII. Pour essayer de ...

TÉLÉCOMS : RÉSEAUX SOCIAUX
Europolitique Social, 13 octobre 2008, 128 mots, (Français)
Alors que la Commission préconise l'autoréglementation des réseaux sociaux, comme Myspace et Facebook, le Parlement européen a proposé dans un vote en première lecture, le 24 septembre, sur le «paquet télécoms» d'élargir les dispositions ...

Macy's lance "Ragged Road" sur le web avec Mediaedge:cia
CB Newsletter, 13 octobre 2008, 141 mots, (Français)
Mediaedge:cia (MEC) a travaillé avec Macy's pour produire une mini-série web, pour promouvoir la marque de vêtements des 18-25 ans du groupe, American Rag. Les dix webisodes de six minutes chacun, visibles sur Youtube, s'attachent à suivre ...

Facebook, prochaine victime de la crise financière?
La Tribune de Genève, 14 octobre 2008, 225 mots, (Français)
Fondateur de Facebook, Mark Zuckerberg n'a que 23 ans. Et il est déjà milliardaire. On espère pour lui qu'il aura le temps de profiter de sa fortune. Car si le réseau social qu'il a créé ne cesse de progresser – dépassant même, selon les ...

7000 Canadiens se sont engagés sur Internet à échanger leur vote, mardi
La Presse Canadienne - Le fil radio, 02:07, 14 octobre 2008, 305 mots, (Français)
SASKATOON _ Au moins 7000 Canadiens ont établi un jumelage avec un autre électeur par Internet, et promis d'échanger leurs votes aux élections fédérales de mardi.

7000 Canadiens se sont engagés sur Internet à échanger leur vote, mardi
La Presse Canadienne, 02:09, 14 octobre 2008, 305 mots, (Français)
SASKATOON _ Au moins 7000 Canadiens ont établi un jumelage avec un autre électeur par Internet, et promis d'échanger leurs votes aux élections fédérales de mardi.

C'est le « rêve » d'un des groupes du fameux réseau social Facebook. Où les...
L'Est Républicain, 14 octobre 2008, 765 mots, (Français)
C'est le « rêve » d'un des groupes du fameux réseau social Facebook. Où les internautes de Nancy expriment de folles préoccupations : de Stanislas plage à... Houcine.

Urbain; Un amour de maternelle
La Charente Libre, 15 octobre 2008, 176 mots, (Français)
C'est l'histoire d'un mec romantique. Un type sympa, un brin fleur bleue, qui se rappelle encore de sa dulcinée de maternelle quarante ans après. C'était à l'école de La Grand-Font et leur histoire s'était terminée sur un échec... ...

Gagnés par l'obamania, les étudiants découvrent la politique
Le Figaro, 15 octobre 2008, 916 mots, (Français)
L'université de Hofstra, dans la banlieue new-yorkaise, est en pleine effervescence à quelques heures du dernier débat présidentiel.IAN, Rachel et Kaylee assument avec candeur leur statut d'étudiants américains typiques : aucun intérêt pour ...

T'es de Nancy ? Point chaud
L'Est Républicain, 15 octobre 2008, 286 mots, (Français)
Que vous soyez inscrit ou non, vous avez forcément entendu parler de Facebook, le réseau social où des millions d'internautes communiquent sur eux et entre eux.

Pourquoi je suis partie...
Ouest France, 16 octobre 2008, 231 mots, (Français)
C'est comme toutes ces requêtes en amitié qui m'arrivaient depuis quelque temps. Plein de gens du boulot ! Que j'aime bien par ailleurs mais pourquoi aller leur parler sur le Net et y laisser en partage l'historique de nos conversations ...

Pourquoi je reste...
Ouest France, 16 octobre 2008, 296 mots, (Français)
... Un samedi soir chez moi, l'ordinateur était allumé, mon profil Facebook aussi. Sur cette page d'accueil, où trônent votre portrait et la liste de vos contacts, le site vous propose de décrire, en une phrase, votre occupation du moment.

Atteinte à la vie privée : les plaintes augmentent
Micro Hebdo, 16 octobre 2008, 336 mots, (Français)
Les citoyens n'hésitent pas à dénoncer les abus dont ils sont, ou pensent être victimes, à l'égard de l'utilisation de leurs données personnelles. Le nombre de plaintes adressées à la Cnil, autorité de contrôle en la matière, ne cesse ...

SAUVEZ NOS PLAQUES!; FACEBOOK
L´Hebdo, 16 octobre 2008, 90 mots, (Français)
Les plaques d'immatriculation suisses sont menacées. Face à l'augmentation du nombre de véhicules, leurs six chiffres ne suffisent plus. La Confédération veut donc les remplacer par des plaques rectangulaires, sans le petit écusson de ...

La dernière liste des plus riches Américains
Le Figaro, 17 octobre 2008, 144 mots, (Français)
Fortunes Avec 57 milliards de dollars, le cofondateur de Microsoft, Bill Gates, était le plus riche selon le classement des 400 Américains les plus fortunés de Forbes. Le fondateur de Facebook, Mark Zuckerberg, 24 ans seulement, fait son ...

CLES
Aujourd'hui en France, 17 octobre 2008, 144 mots, (Français)
18 millions de blogs d'adolescents sont hébergés par la seule plateforme Skyblog.fr. Chaque ado en ouvre entre un et cinq. Il s'en crée 15 000 par jour, souvent vite abandonnés pour en ouvrir d'autres. 6,5 millions d'avatars (personnages ...

« Meetic n'est pas sur le même créneau que Facebook »
Les Échos, 17 octobre 2008, 249 mots, (Français)
MARC SIMONCINI - LE PDG DE MEETIC Pensez-vous que le succès des réseaux sociaux comme Facebook condamne les sites de rencontres classiques tels que Meetic ?

Clés
Le Parisien, 17 octobre 2008, 143 mots, (Français)
18 millions de blogs d'adolescents sont hébergés par la seule plateforme Skyblog.fr. Chaque ado en ouvre entre un et cinq. Il s'en crée 15 000 par jour, souvent vite abandonnés pour en ouvrir d'autres. 6,5 millions d'avatars (personnages ...

Au Royaume-Uni, 22 % des recruteurs utilisent les réseaux sociaux
Les Actualités de 01Net, 17 octobre 2008, 279 mots, (Français)
Les recruteurs d'outre-Manche utilisent de plus en plus les réseaux sociaux pour se faire une idée de la personnalité des candidats. Les sites de mise en relation, comme Facebook, ont de plus en plus la cote auprès des recruteurs. Selon une ...

FullSix réalise le site événementiel de la Twingo
CB Newsletter, 17 octobre 2008, 164 mots, (Français)
A l'occasion du Mondial de l'automobile de Paris, l'agence FullSix a lancé pour Renault un dispositif, entièrement consacré à la Twingo, sur le thème de la personnalisation : www.twingototalperso.com. L'idée de ce dispositif est de ...

Facebook et ses méchants statuts
24 Heures, 18 octobre 2008, 168 mots, (Français)
«Fabien est content, il a survécu à sa première épilation», «Lucie a encore la gueule de bois», «Chris pète les plombs, elle ne supporte plus son chef», voici quelques exemples de statuts que l'on peut lire sur les pages des utilisateurs de ...

Web 2.0 et malwares : gérer les risques en entreprise
VNUNet France, 19 octobre 2008, 423 mots, (Français)
Lors des Assises de la Sécurité, une session a pointé les dangers liés à l'usage de services type Facebook sur son lieu de travail. Comment encadrer les services Web 2.0 avec ses activités professionnelles ? Une problématique juridique mais ...

Facebook à nouveau accusé de propager des malwares
VNUNet France, 20 octobre 2008, 423 mots, (Français)
De nouvelles attaques se répandent via le réseau social, selon F-Secure. Efficace car le message initial malicieux est censé provenir d'un ami.

Facebook c'est vraiment mortel
The Inquirer, 20 octobre 2008, 336 mots, (Français)
Un habitant du sud de Londres doit faire face à la possibilité de passer le reste de sa vie en zonzon après avoir assassiné sa femme qui a commis l'irréparable erreur de changer le statut de sa relation sur Facebook en "célibataire".

Protection des données : une norme internationale nécessaire
Les Échos, 21 octobre 2008, 143 mots, (Français)

Quelque 70 pays réunis dans une conférence organisée vendredi par le Conseil de l'Europe ont trouvé un consensus sur « la nécessité d'une norme de régulation internationale » afin de protéger les données de la vie privée. « On ne pourra pas ...

Connexions En Bref
La Tribune de Genève, 21 octobre 2008, 118 mots, (Français)
WEB SOCIAL Facebook envisage de mettre en place un service d'écoute musicale en flux continu illimité. Mark Zuckerberg, fondateur du réseau social, serait entré en pourparlers avec les majors de l'industrie du disque, selon Numerama. com. ...

Geoservices en campagne avec ORC
CB Newsletter, 21 octobre 2008, 78 mots, (Français)
Afin de recruter des collaborateurs à l'international, le fournisseur de services pétroliers, Geoservices prend la parole avec ORC. Les visuels imaginés par l'agence seront visibles sur les supports internes de Geoservices, sur des salons ...

Yahoo! va annoncer réductions de coûts et suppressions d'emplois
CB Newsletter, 21 octobre 2008, 155 mots, (Français)
Yahoo! devrait annoncer des mesures de réductions de coûts et la suppression d'au moins un millier d'emplois, pour tenter de faire face à la concurrence dans un contexte économique difficile, affirme lundi le Wall Street Journal. Yahoo! ...

Le site communautaire Facebook, dont la version française a été lancée en mars,...
L'Est Républicain, 22 octobre 2008, 218 mots, (Français)
Le site communautaire Facebook, dont la version française a été lancée en mars, revendique 4,1 millions d'utilisateurs actifs en France, ce qui fait de lui le premier réseau de socialisation devant MySpace. Selon le directeur du ...

Openwave lance son service Mobile Analytics ; Mobile Analytics d'Openwave(®) permet aux opérateurs de gérer et de surveiller le trafic...
Business Wire, 15:17, 22 octobre 2008, 523 mots, (Français)
BOSTON - (BUSINESS WIRE) - Openwave Systems Inc. (Nasdaq: OPWV), l'un des plus grands innovateurs de logiciel au monde permettant des services personnalisés générateurs de revenus qui convergent l'expérience mobile et large bande, a annoncé ...

Facebook; Facebook - Côté pile
L´Express, 23 octobre 2008, 1215 mots, (Français)
Quatre ans après sa création, le réseau social le plus populaire sur Internet ne manque pas d'amis. Il doit juste apprendre à gagner de l'argent. Un défi de taille pour un site présenté un peu vite comme le nouveau Google.

Facebook; « Nous ne sommes qu'au début de l'histoire »
L´Express, 23 octobre 2008, 806 mots, (Français)
Le patron de Facebook, Mark Zuckerberg, explique sa « vision à long terme » pour le site qu'il a créé. Nous avons essayé de devenir votre ami sur Facebook. Impossible...

Chelsea veut être la marque de football la plus connue en 2014
Stratégies Newsletter, 23 octobre 2008, 89 mots, (Français)
SPORT. Dans le cadre du Sportel, qui se tient à Monaco jusqu'au 23 octobre, les représentants du club londonien de football Chelsea ont indiqué qu'ils voulaient faire de leur équipe la «marque» la plus connue dans l'univers du football à ...

Plainte de F. Dewinter contre de faux profils sur Facebook et Netlog
Agence Belga, 19:48, 23 octobre 2008, 233 mots, (Français)
BRUXELLES 23/10 (BELGA) = De faux profils de Filip Dewinter (Vlaams Belang) circulent sur les sites de socialisation et l'élu VB n'apprécie pas du tout. Il a déposé plainte contre X pour calomnie et diffamation, faux en écriture et abus de ...

Semaine Educ Média au Collège international Marie de France
Canada Newswire, 17:55, 23 octobre 2008, 286 mots, (Français)
MONTRÉAL, le 23 oct. /CNW/ -- MONTRÉAL, le 23 oct. /CNW Telbec/ - Toile, Facebook, tchater, Youtube, MSN, Skype, surfer, virtuel, souris, clavarder, courriel, lol, ;-), mdr...

Les DRH boudent les réseaux du Web
Stratégies, 23 octobre 2008, 157 mots, (Français)
Serait-ce le début d'un désamour ? Des espaces communautaires aussi prisés que Facebook, My Space, Linked In ou encore Viadeo n'intéresseraient guère les entreprises. Selon Aquent, 13% d'entre elles seulement y ont recours pour recruter, ...

L'Égypte milite sur le Net
Stratégies, 23 octobre 2008, 518 mots, (Français)
Facebook, You Tube, blogs : en Égypte, les militants ont investi la Toile. Mais un projet de loi vise à en finir avec cet espace de trop grande liberté.

Ferrero veille sur ses fans
Stratégies, 23 octobre 2008, 175 mots, (Français)
Ferrero est une marque mère dont les «filles» (Kinder, Nutella, Tic Tac, Duplo, Rocher, etc.) bénéficient d'un fort capital de sympathie. Dès 2006, le groupe alimentaire a compris son intérêt à tenir compte des nouveaux médias. Une cellule ...

Des gadgets pour Facebook
Micro Hebdo, 23 octobre 2008, 1121 mots, (Français)
Le célèbre réseau social est ouvert à toutes sortes de programmes indépendants pour jouer, communiquer, échanger des photos…Vous êtes inscrit sur Facebook depuis peu et, trop occupé avec vos amis de la vraie vie, vous avez négligé ...

Cybergourou d'Obama; Chris Hughes
L´Hebdo, 23 octobre 2008, 784 mots, (Français)
BERTRAND BEAUTÉ Si l'élection américaine se déroulait en ligne, le candidat démocrate la remporterait haut la main. Clé de cette réussite: l'un des cofondateurs de Facebook.

Capitalisme dur et régulation souple
Les Échos, 24 octobre 2008, 765 mots, (Français)
ERIC LE BOUCHER Robert Zoellick, le président de la Banque mondiale, a déclaré le 6 octobre que son cousin, le Fonds monétaire international (FMI), avait besoin « de se faire de nouveaux amis sur Facebook », allusion au site communautaire où ...

Facebook change de culture pour s'adapter à la crise
Agence France Presse, 06:53, 24 octobre 2008, 549 mots, (Français)
Malgré son audience croissante, Facebook va devoir relever quelques défis délicats dans les prochains mois, car il lui faut maintenant professionnaliser ses structures et convaincre ses investisseurs de sa capacité à générer du "cash".

Du multimédia à l'ubimédia
L'Est Républicain, 25 octobre 2008, 318 mots, (Français)
Le club « multimédia et internet de Sainte-Suzanne » a tenu son assemblée générale au centre polyvalent sous la présidence de Ioan Roxin qui a présenté l'évolution de l'informatique depuis les années 90 avec le développement à grande ...

LinkedIn ne connaît pas la crise
Le Temps, 27 octobre 2008, 254 mots, (Français)
Court-circuit. Toutes les start-up actives sur Internet ne frémissent pas face à la crise financière. Les dirigeants de LinkedIn, le réseau social pour professionnels, se frottent même les mains. Leur première réussite, ce sont les 22,7 ...

nouvelles technologies; Seconde vie pour Second Life
La Tribune, 27 octobre 2008, 641 mots, (Français)
Second Life existe encore. Même si le soufflé semble être retombé deux ans après un emballement spectaculaire. Le succès des sites communautaires, tels Facebook et autres MySpace, a éclipsé Second Life, mais ne l'a pas tué. « Nous ...

Les pionniers de l'Internet sont à la peine
Le Figaro, 27 octobre 2008, 586 mots, (Français)
INTERNET Yahoo!, eBay et Amazon se restructurent, car ils perdent du terrain face aux nouveaux venus comme MySpace ou Facebook. LE MOIS d'octobre aura été meurtrier chez les anciennes gloires de l'Internet. À quelques semaines d'intervalle, ...

La Lijst Dedecker mènera une importante campagne électorale online
Agence Belga, 19:28, 28 octobre 2008, 114 mots, (Français)
BRUXELLES 28/10 (BELGA) = Le député flamand Jurgen Verstrepen (Lijst Dedecker) a donné, mardi, le coup d'envoi de la campagne électorale "online" de son parti pour les élections de 2009. Il s'agit de clips vidéo qui seront diffusés sur ...

Le chiffre du jour : 79 % des salariés utilisent Facebook, LinkedIn ou YouTube au travail
Les Actualités de 01Net, 28 octobre 2008, 328 mots, (Français)
Et 82 % d'entre eux le font pour des raisons bien plus personnelles que professionnelles. De là à penser que le monde du travail est le royaume de la « bulle », il n'y a qu'un pas que l'étude commandée par FaceTime (un spécialiste des ...

Extrafoot, le Facebook des supporters; C'est du Net!
Sport Foot Magazine, 29 octobre 2008, 209 mots, (Français)
En ligne depuis peu, Extrafoot.be propose de rassembler les supporters de tout le royaume, francophones et flamands, autour du football. Le site est alimenté en nouvelles officielles par deux journalistes (avec des reprises claires ...

Soyons honnêtes: sur les doigts d'une main, vous en avez combien, vous, des...
Le Matin, 29 octobre 2008, 293 mots, (Français)
Soyons honnêtes: sur les doigts d'une main, vous en avez combien, vous, des amis? Trois, quatre? Allez, on arrondit à cinq et on arrête le compte. Eh bien Darius Rochebin, lui, il en a carrément 5000. Oui monsieur, 5000 amis! Le ...

vous êtes en manque d'amour?
Le Matin, 29 octobre 2008, 490 mots, (Français)
Depuis samedi, le présentateur du TJ ne peut plus accepter d'amis sur son profil Facebook. Avec 5000 «friends», il affiche complet. Heureusement pour ses fans, Darius Rochebin vient d'ouvrir un nouveau profil.

Fleury - Ils rassemblent les familles sur Internet
Le Parisien, 29 octobre 2008, 415 mots, (Français)
UN SITE Internet pour souhaiter l'anniversaire de tata, envoyer des photos du petit dernier, ou partager ses recherches sur l'arrière-arrière-grand-oncle. Famicity.com propose de retrouver toute sa famille. Déjà connu sous d'autres ...

Un site web créé à Lausanne récompensé par la TSR
Le Temps, 30 octobre 2008, 218 mots, (Français)
NET. Le créateur de Hyperweek.com reçoit un coup de pouce de 40000 francs. Dans l'ombre des géants Facebook et MySpace, des sites tentent d'émerger. Raphaël Briner, cofondateur de la société Electronlibre, basée à Lausanne, a développé ...

Yahoo! ouvre son portail aux développeurs
Les Actualités de 01Net, 30 octobre 2008, 525 mots, (Français)

En mettant à disposition la plupart des API utilisées par ses applications, ce poids lourd du Web mise sur l'ouverture pour attirer les internautes à moindres frais.

Facebookmania: gare aux illusions; CORRIERE DELLA SERAIT / FEDERICO CELLA
L´Hebdo, 30 octobre 2008, 418 mots, (Français)
Les psychologues italiens tirent la sonnette d'alarme. Facebook n'est qu'un remède trompeur à la solitude. Qui, aujourd'hui, ne connaît pas Facebook? Le plus célèbre site de réseautage au monde n'en finit pas de faire parler de lui, au ...

Des gadgets pour Facebook
Micro Hebdo, 30 octobre 2008, 1126 mots, (Français)
Le célèbre réseau social est ouvert à toutes sortes de programmes indépendants pour jouer, communiquer, échanger des photos, vos goûts musicaux...

AIR DU TEMPS
L'Express-L'Impartial, 31 octobre 2008, 323 mots, (Français)
pascal hofer Quelle vie trépidante que la mienne! Après être parvenu à installer tout seul l'ADSL (c'est la troisième fois que j'en parle, je crois que je vais m'arrêter là), voici que désormais... attention... tatatam... je suis sur ...

Alerte BitDefender : Attaques de Phishing sur Facebook
Publinet, 31 octobre 2008, 247 mots, (Français)
Une campagne de phishing ciblée sur les aficionados des réseaux sociaux attire ses victimes potentielles avec un message aguicheur renvoyant vers un faux site Facebook 'presque parfait'.

Les militants souverainistes sur Facebook
Le Figaro, 31 octobre 2008, 43 mots, (Français)
Des sympathisants de Philippe de Villiers et de Nicolas Dupont-Aignan viennent de créer un groupe sur Facebook pour appeler les deux hommes à faire liste commune aux européennes de 2009.

Laurent Wauquiez, « fan » de Facebook
Le Figaro, 1 novembre 2008, 92 mots, (Français)
Le secrétaire d'État à l'Emploi est connecté de façon quasi permanente à Facebook. Il y détaille son agenda, rédige des billets sur son actualité, même lorsqu'il est en plein conseil des ministres, explique ce qu'il fait heure par heure, ...

Du personnel de Virgin Atlantic renvoyé pour des critiques sur Facebok
Agence France Presse, 02:44, 1 novembre 2008, 251 mots, (Français)
Treize personnes, appartenant au personnel navigant de Virgin Atlantic ont été renvoyés pour avoir critiqué la compagnie aérienne sur le site internet de socialisation Facebook, a annoncé vendredi la compagnie.

L'apéro sort de la toile; Insolite
L'Est Républicain, 1 novembre 2008, 277 mots, (Français)
Depuis sa création en septembre, Facebook Nancy fait un carton. Hier, quelques centaines de membres se sont retrouvés au Café des Anges. Ils auraient préféré trinquer place Stan, les membres du réseau Facebook Nancy. Mais lourdeurs ...

Internet : Facebook manque d'amis
Alternatives Economiques, 1 novembre 2008, 163 mots, (Français)
Malgré une audience record de 110 millions d'utilisateurs dans le monde, Facebook, également premier site de socialisation en France avec 4,1 millions d'utilisateurs, doit faire face au départ de plusieurs de ses dirigeants. Les raisons en ...

Jon Favreau, la plume

Aujourd'hui en France, 2 novembre 2008, 74 mots, (Français)
INCROYABLE parcours que celui de Favreau. A 25 ans, ce cofondateur du célèbre site Facebook a en charge la coordination de l'écriture des discours de Barack Obama. Bien que ce dernier rédige lui-même ses interventions les plus importantes, ...

Copains quotidiens
Le Matin, 2 novembre 2008, 689 mots, (Français)
5000 potes d'un seul coup, c'est le score admirable réalisé par Darius Rochebin sur Facebook. Score qui l'oblige, du même coup, à y créer un second compte. «Au lieu d'ouvrir une nouvelle succursale, il aurait pu m'en sous-louer ...

Avec 12 000 membres sur Facebook, le "fan-club du Black qui joue ...
Midi Libre, 2 novembre 2008, 66 mots, (Français)
Avec 12 000 membres sur Facebook, le "fan-club du Black qui joue de la guitare devant le Polygone à Montpellier" vient d'entrer dans le top 10 mondial en catégorie "musique internationale". C'est énorme ! Le sympathique Néo-Calédonien ...

Jon Favreau, la plume
Le Parisien, 2 novembre 2008, 74 mots, (Français)
INCROYABLE parcours que celui de Favreau. A 25 ans, ce cofondateur du célèbre site Facebook a en charge la coordination de l'écriture des discours de Barack Obama. Bien que ce dernier rédige lui-même ses interventions les plus importantes, ...

MySpace va payer pour les vidéos piratées sur son site
La Tribune de Genève, 4 novembre 2008, 170 mots, (Français)
Alors que les pirates ont le vent en poupe (lire ci-contre), les sites de socialisation, MySpace et YouTube en tête, croulent sous les mises en demeure d'ayants droit lassés de voir leurs contenus publiés illégalement par les internautes. ...

L'histoire; Mauvais tour sur Facebook
Libération, 4 novembre 2008, 177 mots, (Français)
Facebook, espace de liberté et de "réseautage", met en relation des millions d'internautes à travers le monde. Pour le meilleur mais aussi pour le pire. Alors que Véronique Courjault, accusée d'infanticides dans l'affaire dite des "bébés ...

Des salariés Virgin Atlantic licenciés pour avoir critiqué leur société sur Facebook
Les Actualités de 01Net, 4 novembre 2008, 513 mots, (Français)
Les employés s'étaient laissés aller à des commentaires douteux sur les passagers et les conditions de navigation sur la compagnie. Comment perdre son job grâce aux réseaux sociaux ? La question peut paraître quelque peu incongrue, mais ils ...

Les Américains d'ici ont choisi depuis longtemps
Presse Océan, 4 novembre 2008, 503 mots, (Français)
Ils seraient 1 500 à 2 000 en Loire-Atlantique. Ces électeurs ont voté par La Poste française, il y a plusieurs jours déjà. Le message circule sur les groupes de Nantais réunis sur Facebook : « Rassemblement fixé à 18 h; le mercredi 5 ...

Internet - Faites connaissance dès le décollage
Aujourd'hui en France, 5 novembre 2008, 342 mots, (Français)
HÉLÈNE part en Inde dans trois jours et cherche le nom d'un interprète sur place. Pierre s'apprête à partir en vacances à New York et aimerait trouver des partenaires de jogging à Central Park. Florence est férue de culture nippone et ...

HyperWeek, le suisse qui défie un géant
Bilan, 5 novembre 2008, 340 mots, (Français)

Il faut de l'audace pour s'aventurer sur le terrain de Facebook. Raphaël Briner, l'un des associés de l'agence interactive lausannoise Electronlibre, a osé lancer à la mi-septembre une nouvelle plate-forme sociale baptisée HyperWeek. ...

Banquiers privés sur Facebook
Bilan, 5 novembre 2008, 391 mots, (Français)
Faire sa pub via Facebook? Dans le monde austère de la finance, la question ne se pose généralement pas: les sites de réseautage social sont une affaire strictement privée, à ne pas mélanger avec l'environnement professionnel. Mais voilà ...

19 informatique Logitech court après la souris. 21 internet HyperWeek, le suisse...
Bilan, 5 novembre 2008, 180 mots, (Français)
19 informatique Logitech court après la souris. 21 internet HyperWeek, le suisse qui défie un géant. 22 risque L es samouraïs, un exemple pour les grandes banques. 24 emploi Une Romande remet les seniors en selle. 26 forum de Glion «Les ...

Internet - Faites connaissance dès le décollage
Le Parisien, 5 novembre 2008, 342 mots, (Français)
HÉLÈNE part en Inde dans trois jours et cherche le nom d'un interprète sur place. Pierre s'apprête à partir en vacances à New York et aimerait trouver des partenaires de jogging à Central Park. Florence est férue de culture nippone et ...

Carey Price part en campagne électorale en vue du match des étoiles
La Presse Canadienne, 22:19, 5 novembre 2008, 702 mots, (Français)
MONTREAL _ Une élection n'attend pas l'autre depuis quelque temps, et le jeune Carey Price du Canadien a amorcé sa propre campagne auprès des amateurs de hockey afin d'être élu au sein de l'équipe d'étoiles de l'Association Est de la LNH.

Kaixin001.com, un Facebook chinois crée le buzz du moment
Les Actualités de 01Net, 5 novembre 2008, 362 mots, (Français)
En direct de Pékin, de New Delhi et de San Francisco, nos chroniqueurs livrent chaque semaine leur regard amusé, admiratif ou critique sur la high-tech saveur locale. Deuxième étape : la Chine.

Bluenity : le Facebook version Air France et KLM
Les Actualités de 01Net, 5 novembre 2008, 418 mots, (Français)
Les deux compagnies aériennes se dotent d'un site Web 2.0 où les passagers peuvent échanger leurs bons plans et faire connaissance pendant les vols.

Salesforce et Facebook collaborent pour créer des applications d'entreprise
Les Actualités de 01Net, 5 novembre 2008, 366 mots, (Français)
Les fonctions sociales de Facebook seront directement accessibles aux applications d'entreprise créées sur la plate-forme de Salesforce.com.

Bond girl attitude
L´Express, 6 novembre 2008, 543 mots, (Français)
A l'occasion de la sortie du dernier James Bond, composez-vous une panoplie high-tech élégante et performante. A l'heure où le MI 6 - le service secret de Sa Majesté - lance une vaste opération de recrutement via Facebook et où Daniel Craig ...

» Anti-Bush, pro-Obama et Facebook
24 Heures, 6 novembre 2008, 106 mots, (Français)
OBAMANIA - «Barack Obama!» clame Estafania Mato, 18 ans, de Lausanne. La jeune fille a suivi la campagne américaine à la télévision, dans les journaux et sur Facebook. Et a adhéré, sur la plate-forme sociale, au groupe «Si Obama n'est pas ...

Les gymnasiens ont vibré pour la présidentielle

24 Heures, 6 novembre 2008, 80 mots, (Français)
ZÉLIE SCHALLERA travers la presse, la télévision ou encore Facebook, les gymnasiens de Lausanne ont vibré pour Barack Obama. Ils ne sont pas restés éveillés la nuit dernière - cours obligent! –, mais ont observé avec engouement la campagne ...

Le cyber-gourou juvénile
Libération, 6 novembre 2008, 176 mots, (Français)
Chris Hughes. Responsable du site de la campagne démocrate. A 24 ans, Chris Hughes a pris un gros risque en février 2007. Brillant génie d'Internet, il venait de cofonder Facebook, le dernier réseau social à la mode sur la Toile, mais a ...

Génération numérique
Libération, 6 novembre 2008, 346 mots, (Français)
La Net génération ne se contentera pas d'avoir fait élire Barack Obama. Depuis des mois, j'expliquais sans cesse qu'Obama allait gagner l'élection haut la main, grâce à une nouvelle catégorie d'électeurs : la Net génération, les Américains ...

Apérinets : le retour au réel; Initiative
L'Est Républicain, 6 novembre 2008, 482 mots, (Français)
Et si les accros des réseaux sociaux se retrouvaient - en vrai - dans un bar ? Rendez-vous au Roger's le jeudi 13 à 19 h.Et vous, combien d'amis sur Facebook ? Combien sur Viadéo, sur Myspace et tant d'autres ?

Le premier Apérinet belfortain aura lieu jeudi prochain au Rogers Café. L'idée...
L'Est Républicain, 6 novembre 2008, 79 mots, (Français)
Le premier Apérinet belfortain aura lieu jeudi prochain au Rogers Café. L'idée vient d'un enseignant-chercheur en informatique et d'un patron de bar. Pourquoi ne pas inviter tous les accros des Facebook, Viadéo et autres réseaux numériques ...

Faites- vous des amis avant le décollage.
Ouest France, 6 novembre 2008, 62 mots, (Français)
Bluenity.com, « le premier réseau social de voyageurs aériens. » Avant le décollage, les passagers sont invités à définir leur trip attitude sur une fiche (habitudes de voyage, centres d'intérêt, bons plans à partager). Une sorte de ...

L'Élysée décortique la méthode Obama en vue de 2012
Le Point, 6 novembre 2008, 164 mots, (Français)
Franck Louvrier, conseiller pour la communication de Nicolas Sarkozy, a suivi de très près la campagne de Barack Obama. « Pour nous, c'est clair, la campagne de 2012 ne ressemblera pas à celle de 2007. Obama a mené une campagne remarquable ...

Emploi et réseaux sociaux ne font plus qu'un; Web 2.0
Bizz, 6 novembre 2008, 153 mots, (Français)
Les réseaux sociaux connaissent un tel succès que leur mission ne se limite plus aujourd'hui à une dimension 'sociale'. Beaucoup les utilisent également pour développer leur business, identifier des opportunités nouvelles ou encore recruter ...

Twitter crée-t-il des leaders d'opinion ?
Stratégies, 6 novembre 2008, 112 mots, (Français)
Le blog Internet et opinion(s) se demandait récemment si Twitter (entre 5000 et 6000 utilisateurs en France) fait ressortir de nouveaux leaders d'opinion. Le classement des consommateurs du premier outil de microblogging tend à prouver que ...

Côté pile; FACEBOOK
Le Vif / L'Express, 7 novembre 2008, 995 mots, (Français)

Thomas Bronnec et Guillaume Grallet Quatre ans après sa création, le réseau social le plus populaire sur Internet ne manque pas d'amis. Il doit juste apprendre à gagner de l'argent. Un défi de taille pour un site présenté un peu vite comme ...

Ne dites pas tout à vos « amis » !
Le Vif / L'Express, 7 novembre 2008, 238 mots, (Français)
Pauvre Kevin Colvin ! Voilà un an, ce jeune stagiaire chez Anglo Irish Bank informe son supérieur hiérarchique qu'il doit s'absenter pour une urgence familiale. En fait d'urgence, il se rend à une fête de Halloween et, le lendemain matin, ...

« Nous ne sommes qu'au début de l'histoire »
Le Vif / L'Express, 7 novembre 2008, 785 mots, (Français)
Le patron de Facebook, Mark Zuckerberg, présente sa « vision à long terme » pour le site qu'il a créé. Nous avons essayé de devenir votre ami sur Facebook. Impossible... E Le but de Facebook, c'est de permettre aux gens de partager tout ce ...

COULOIRS
Aujourd'hui en France, 7 novembre 2008, 258 mots, (Français)
Pour la première fois depuis des mois, François Bayrou s'est entretenu hier matin pendant une heure avec Nicolas Sarkozy qui avait invité le président du MoDem pour parler de la crise. Bayrou lui a fait part de ses réserves sur la finalité ...

Couloirs
Le Parisien, 7 novembre 2008, 258 mots, (Français)
Pour la première fois depuis des mois, François Bayrou s'est entretenu hier matin pendant une heure avec Nicolas Sarkozy qui avait invité le président du MoDem pour parler de la crise. Bayrou lui a fait part de ses réserves sur la finalité ...

Les attachés de presse réagissent aux propos d'une chroniqueuse TV
CB Newsletter, 7 novembre 2008, 183 mots, (Français)
Les attachés de presse, réagissant aux propos de la chroniqueuse Emmanuelle Uzan dans l'émission "On n'est pas que des parents" sur France 5, ont monté un groupe de protestation sur Facebook. Suite aux "propos inadmissibles" de la ...

Facebook préfère la croissance aux bénéfices
Agence France Presse, 22:01, 7 novembre 2008, 311 mots, (Français)
Le fondateur du site de socialisation Facebook Mark Zuckerberg préfère faire croître sa société plutôt que d'engranger des bénéfices."La croissance est vraiment quelque chose de stratégique et d'important pour nous", a dit M. Zuckerberg, ...

Fiers de leur département sur le réseau Facebook Plus de 2 500 internautes ont déjà rejoint les groupes communautaires dédiés à l'Aveyron.
Centre Presse, 9 novembre 2008, 670 mots, (Français)
Fiers de leur département sur le réseau Facebook Plus de 2 500 internautes ont déjà rejoint les groupes communautaires dédiés à l'Aveyron.LES AVEYRONNAIS PARLENT aux Aveyronnais. Sur le réseau virtuel Facebook, les groupes d'échanges et de ...

Qu'est-ce-que Facebook ?
Centre Presse, 9 novembre 2008, 92 mots, (Français)
Qu'est-ce-que Facebook ?FACEBOOK est un site web de réseau social destiné à rassembler des personnes proches ou inconnues. Il permet à ses utilisateurs d'entrer des informations personnelles et d'interagir avec d'autres utilisateurs.

Immedia en campagne avec A comme André
CB Newsletter, 10 novembre 2008, 82 mots, (Français)

La marque de smoothie (fruits entièrement mixés) Immedia annonce le lancement de sa première campagne de publicité signée A comme André (gr. Australie). Le dispositif comprend de l'affichage et de la presse avec des visuels qui détournent ...

Les arnaqueurs nigérians à l'assaut de Facebook
The Inquirer, 10 novembre 2008, 216 mots, (Français)
Le site de réseauratage social Facebook est envahi de spammeurs nigérians cherchant à soutirer de la fraîche aux gogos. Le site de réseauratage social Facebook est envahi de spammeurs nigérians cherchant à soutirer de la fraîche aux ...

Les réseaux géographiques de Facebook mettent en question le respect des données privées des utilisateurs
Sécurité Informatique, 10 novembre 2008, 504 mots, (Français)
Les photos d'une fête privée du chanteur Bono largement diffusées sur Facebook pointent les dangers des options de sécurité par défaut mises en place par le site de réseau social. Un nouveau sujet de débat sur la sécurité des sites ...

Ces encombrantes réputations sur Internet
Le Figaro, 11 novembre 2008, 1520 mots, (Français)
nouvelles technologies Des millions de personnes exposent leur vie sur Facebook et d'autres réseaux sociaux. Au risque de pénaliser leur avenir professionnel.

Facebook: la nouvelle arme du corbeau
The Inquirer, 12 novembre 2008, 349 mots, (Français)
Un étudiant de Sydney, Victor Xiong, se fait descendre en flammes sur Facebook par des milliers d'étudiants ayant répondu présent à sa petite sauterie qui n'aura pas lieu.

MySpace affiche ses ambitions face à Facebook
Les Echos, 12 novembre 2008, 689 mots, (Français)
Le réseau communautaire de Rupert Murdoch revient sur le devant de la scène. Sa nouvelle stratégie publicitaire tombe à point nommé au moment où les annonceurs resserrent leurs budgets.

La vie des autres
Le Temps, 13 novembre 2008, 221 mots, (Français)
Les passagers un peu esseulés de la compagnie Air France-KLM ont désormais leur réseau social dédié, un peu à la Facebook, appelé Bluenity. Le principe? Une fois le billet émis et la place dans l'avion réservée, le passager a le choix de ...

Marre de Facebook ?
Le Généraliste, 13 novembre 2008, 236 mots, (Français)
Nathalie Deltenre L'enfer, les autres ? How to Lose Friends & Alienate People répond à Sartre. À l'heure où il est devenu si facile de se faire des amis en quelques coups de souris, le facétieux Robert Weide (producteur de Curb Your ...

Microsoft transforme Windows Live en site de socialisation
Agence France Presse, 22:50, 13 novembre 2008, 322 mots, (Français)
Microsoft a annoncé jeudi une nouvelle formule de son portail internet Windows Live, qui ressemblera plus à un site de socialisation et facilitera les liens avec d'autres sites communautaires comme Twitter et Flickr.

Obama, un président 2.0
01 Informatique, 13 novembre 2008, 336 mots, (Français)
D'un point de vue technologique, l'élection de Barack Obama est riche d'enseignements. Il est le premier candidat à tirer parti du web et à s'estampiller 2.0. Guidé par Chris Hughes, l'un de ses plus proches collaborateurs (cofondateur de ...

«Googlisé» ?
Stratégies, 13 novembre 2008, 288 mots, (Français)
Nous n'avons pas été les derniers à le souligner: Internet a joué un rôle clé dans l'élection de Barack Obama. Grâce au Web, le candidat a pu lever des montagnes de dollars et tisser une toile impressionnante de microréseaux sociaux dans ...

Le b.a.-ba du management
Stratégies, 13 novembre 2008, 82 mots, (Français)
Consultant expert en management et communication, Pierre Guilbert utilise la fiction, dans ce B.A.-BA du management, pour livrer sa vision d'un management centré sur l'humain et analyser les grands sujets de la discipline (motivation des ...

Obama, un président 2.0
01 Informatique, 13 novembre 2008, 331 mots, (Français)
D'un point de vue technologique, l'élection de Barack Obama est riche d'enseignements. Il est le premier candidat à tirer parti du web et à s'estampiller 2.0. Guidé par Chris Hughes, l'un de ses plus proches collaborateurs (cofondateur de ...

Facebook suicide; la chronique de Julien Broquet
Focus Vif, 14 novembre 2008, 593 mots, (Français)
La fièvre Facebook commence déjà à retomber. Pourquoi et comment faire ses adieux? Cette semaine, c'est décidé. Je vais me Facebook suicider. Marre des photos compromettantes qui surgissent de nulle part. Plein le dos des invitations ...

Facebook exclut des groupes néo-nazis de son site
Reuters - Les actualités en français, 13:35, 14 novembre 2008, 271 mots, (Français)
ROME, 14 novembre (Reuters) - Le réseau internet communautaire Facebook a retiré vendredi de son site plusieurs pages utilisées par des néo-nazis italiens pour lancer des appels à la violence.

(EU) UE/JAI
Agence Europe, 14 novembre 2008, 89 mots, (Français)
13/11/2008 (Agence Europe) - Dans un communiqué publié le 11 novembre, le président du groupe socialiste au Parlement européen, l'Allemand Martin Schulz, a fermement condamné l'accueil par Facebook de sept groupes anti-roms, tous basés en ...

Réseautique populaire en Belgique; BREVES
Datanews, 14 novembre 2008, 128 mots, (Français)
2,2 millions de Belges utilisent un réseau social sur internet. Voilà ce qui ressort d'un sondage effectué par le cabinet InsitesConsulting auprès d'un groupe représentatif de 1.150 internautes en Belgique, aux Pays-Bas et en ...

Un Allemand d'origine turque co-président des Verts allemands
Agence France Presse, 16:55, 15 novembre 2008, 618 mots, (Français)
Cem Özdemir, élu samedi à la tête des Verts, est un Allemand d'origine turque de 42 ans, député européen, dont l'ascension suscite déjà des comparaisons avec celle de Barack Obama aux États-Unis.

KARABATIC PASSE À LA CAISSE. – Suite et fin, ce matin, du Debrief de Nikola...
L'Équipe, 16 novembre 2008, 244 mots, (Français)
KARABATIC PASSE À LA CAISSE. – Suite et fin, ce matin, du Debrief de Nikola Karabatic (Le Mouv', 10 heures). Le champion olympique de handball confie être un piètre chanteur et un membre actif de « Facebook » (il y compte 503 amis ...

«Oui, j'estime que Greenpeace se trompe»
Le Matin, 16 novembre 2008, 736 mots, (Français)

Patrick Moore est une bête noire du mouvement environnementaliste. Ce Canadien de Vancouver critique régulièrement Greenpeace qu'il accuse de désinformer et de propager une vision de l'environnement qui ne prend absolument pas en compte les ...

Les anciens d'Honoré-d'Urfé se tournent vers l'avenir
Le Progrès, 17 novembre 2008, 297 mots, (Français)
Samedi matin avait lieu l'assemblée générale de l'association des anciens du lycée d'Honoré-d'Urfé. Réunis dans la ravissante salle voûtée du restaurant des Halles, ses membres ont évidemment dressé le bilan de l'année écoulée mais ont ...

Le Web 2.0 prend l'avion avec Bluenity
La Tribune de Genève, 18 novembre 2008, 524 mots, (Français)
Tout voyageur connaît l'ennui des salles d'attente d'aéroport entre deux escales. Le numéro de la porte d'embarquement qui ne s'affiche jamais. Le mauvais café servi dans des gobelets en carton. Les magasins détaxés qui regorgent de ...

Le web 2.0 offre de nouveaux outils aux extrémistes
Agence France Presse, 06:50, 18 novembre 2008, 606 mots, (Français)
Les groupes extrémistes ont trouvé dans les sites de socialisation, comme MySpace ou Facebook, et de partage vidéo, comme YouTube, de nouveaux et puissants outils pour diffuser leurs messages de haine et recruter des adeptes, selon des ...

Opel mène une campagne tactique sur le prêt sans intérêt
Stratégies Newsletter, 18 novembre 2008, 81 mots, (Français)
PROMOTION. Pour lancer son offre de crédit automobile à 0%, Opel (General Motors) avait lancé mi-novembre en teasing une campagne de bannière Web, campagne aujourd'hui relayée en affichage avec l'accroche : «Cette publicité est sans ...

Chexbres investit 1,25 million de francs pour la rénovation de sa piscine
24 Heures, 19 novembre 2008, 266 mots, (Français)
Premier à apparaître sur le site de la commune, faisant aussi l'objet d'un groupe («A tous les amateurs de la piscine de Chexbres») sur le site de socialisation Facebook, le seul bassin de Lavaux est très populaire loin à la ronde. Ses ...

Barack Obama interdit de BlackBerry ?
LePoint.fr, 19 novembre 2008, 330 mots, (Français)
La campagne du candidat Obama aura été marquée par l'importance accordée au Net. Entouré de Chris Hughes, l'un des fondateurs de Facebook, et d'Eric Schmidt, pdg de Google, Barack Obama est parfaitement dans son temps : toujours connecté. ...

Lancement de YouGether, plateforme de mise en relation de marques et d'influenceurs du Net
CB Newsletter, 20 novembre 2008, 187 mots, (Français)
You to You, agence de communication interactive, spécialisée en buzz marketing, marketing communautaire et RP 2.0, lance aujourd'hui YouGether, "première plateforme de mise en relation de marques et de tous les influenceurs du net ...

Facebook: un cyberespace de débats?
Le Jeudi, 20 novembre 2008, 665 mots, (Français)
«Cliques» patriotiques et «tribalisation» des points de vue Disons-le d'entrée de jeu: Facebook est un environnement de mise en réseau d'une redoutable efficacité.

Élections: plusieurs façon d'utiliser Facebook pour les politiciens
La Presse Canadienne - Le fil radio, 09:33, 20 novembre 2008, 243 mots, (Français)
MONTREAL _ Certains politiciens n'hésitent pas à montrer plusieurs des facettes de leur vie privée sur le site Internet "Facebook", même s'ils sont en pleine campagne électorale.

Elections: plusieurs façon d'utiliser Facebook pour les politiciens
La Presse Canadienne, 09:35, 20 novembre 2008, 243 mots, (Français)
MONTREAL _ Certains politiciens n'hésitent pas à montrer plusieurs des facettes de leur vie privée sur le site Internet "Facebook", même s'ils sont en pleine campagne électorale.

Facebook excommunié par Procter & Gamble !
Stratégies, 20 novembre 2008, 130 mots, (Français)
«Je ne veux absolument plus acheter de bannières publicitaires sur Facebook.» Cette sentence sans appel a été lancée par Ted McConnell, directeur général marketing interactif et innovation de Procter & Gamble lors d'une conférence de ...

Novo Nordisk, le diabète n'est pas seulement virtuel
Stratégies, 20 novembre 2008, 98 mots, (Français)
Une maison virtuelle sur Google Lively pour sensibiliser les plus jeunes au problème du diabète. Le laboratoire Novo Nordisk a inauguré avec l'agence Hopscotch Nouveaux Médias un site original (www.diabete-lively.com) où, dans un monde ...

Facebook et ses pairs peinent à monnayer leur succès
Agence France Presse, 16:45, 20 novembre 2008, 592 mots, (Français)
Montés en puissance ces dernières années, les réseaux de socialisation, tels Facebook ou MySpace, peinent à engranger des revenus à la hauteur de leurs audiences record, ces sites cherchant encore une stratégie publicitaire adaptée.

Melun - L'association d'aide aux victimes en pleine tourmente
Le Parisien, 21 novembre 2008, 454 mots, (Français)
«IL FAUT sauver l'Association d'aide aux victimes d'infractions pénales (Aavip) de Melun ! Elle traverse une période financière des plus délicates. Si rien n'est fait dans les semaines à venir, le dépôt de bilan est inévitable... » Cet ...

Les gens; Michel Barnier se jette sur la Toile
Libération, 21 novembre 2008, 140 mots, (Français)
Inspiré par Obama, Michel Barnier, le ministre de l'Agriculture, candidat aux élections européennes de 2009, s'est converti au contact direct sur la Toile. Sur Facebook, ses 4 217 "amis" ont été tenus informés de l'avancement de la ...

Facebook professionnel
La Lettre A, 21 novembre 2008, 235 mots, (Français)
Avec le succès des réseaux sociaux comme Facebook, les grandes entreprises réfléchissent à la mise en place de logiciels permettant à leurs collaborateurs de créer des communautés pour partager informations et expertises, avec la ...

La campagne d'Obama sur la Toile fait école en France
Agence France Presse, 08:52, 21 novembre 2008, 581 mots, (Français)
La campagne très offensive de Barack Obama sur internet, incontestablement l'un des facteurs de son succès, inspire les partis politiques français qui investissent de plus en plus les sites communautaires du web 2.0 en espérant élargir leur ...

Cador se les gratte
Presse Océan, 22 novembre 2008, 404 mots, (Français)
Au rayon « puces », voici la dernière rumeur en date, repiquée sur Facebook, un site « jeunes » où les ados adorent échanger en forum : un Mac Donald à Doué-la-Fontaine (lire aussi ci-dessus).

Facebook et MySpace pas aussi rentables qu'ils le voudraient Les réseaux de socialisation sur internet, tels Facebook et MySpace connaissent des audiences record. Mais les revenus et notamment les recettes publicitaires sont loin d'être satisfaisants par rapport à Google ou Yahoo.

L'Indépendant, 22 novembre 2008, 681 mots, (Français)
Facebook et MySpace pas aussi rentables qu'ils le voudraient Les réseaux de socialisation sur internet, tels Facebook et MySpace connaissent des audiences record. Mais les revenus et notamment les recettes publicitaires sont loin d'être ...

Une seconde vie pour Second Life?; Web 2.O
CB News, 24 novembre 2008, 337 mots, (Français)
Dans le creux de la vague du monde merveilleux du Web 2.0 depuis plusieurs mois, et dépassé par le succès de sites communautaires tels Facebook, MySpace ou YouTube, Second life cherche à conquérir de nouveaux utilisateurs. Du coup, Linden ...

Échec discret pour Google
Le Temps, 24 novembre 2008, 251 mots, (Français)
Court-circuit.«Liveley no more» ou «Lively, c'est fini». Mercredi, Google intitulait ainsi le titre de son dernier billet sur son blog officiel. La firme tirera ainsi le 31 décembre prochain la prise de son univers virtuel, lancé au mois de ...

LE PIÉTON
Sud Ouest, 24 novembre 2008, 125 mots, (Français)
LE PIÉTONA profité du mauvais temps pour se balader sur Internet, qui a le mérite d'être imperméable aux intempéries. Une surprise attendait le Bipède au détour du site communautaire Facebook, « phénomène » mondial aux millions de connectés ...

Facebook gagne son procès contre un "spammer"
AP French Worldstream, 20:55, 24 novembre 2008, 158 mots, (Français)
SAN JOSE, Californie (AP) - Facebook a gagné son procès contre un Canadien qui bombardait les usagers de millions de messages non sollicités à caractère sexuel ou faisant l'éloge de drogues. Ce dernier a été condamné à verser 873 millions ...

Facebook gagne une bataille juridique contre un "spammeur"
Agence France Presse, 21:44, 24 novembre 2008, 271 mots, (Français)
Le site de socialisation Facebook a annoncé lundi une victoire juridique contre un "spammeur" canadien, Adam Guerbuez, condamné à verser 873 millions de dollars de dommages et intérêts.

Les réseaux internet de jeunes, un moyen de combattre crime et terrorisme (USA)
Agence France Presse, 00:05, 25 novembre 2008, 340 mots, (Français)
Le département d'État américain a indiqué lundi qu'il participerait à un mouvement de promotion des réseaux internet de socialisation des jeunes comme un nouveau moyen de combattre le crime, l'oppression politique et le terrorisme.

Facebook gagne son procès contre un "polluposteur"
La Presse Canadienne - Le fil radio, 22:08, 24 novembre 2008, 161 mots, (Français)
SAN JOSE, Californie _ Facebook a gagné son procès contre un Montréalais qui bombardait les usagers de millions de messages non sollicités à caractère sexuel ou faisant l'éloge de drogues. Ce dernier a été condamné à verser 873 millions de ...

FACEBOOK. Le site de socialisation Facebook a annoncé hier une...
Les Echos, 25 novembre 2008, 63 mots, (Français)
Le site de socialisation Facebook a annoncé hier une victoire juridique contre un « spammeur » canadien, Adam Guerbuez, condamné à verser 873 millions de dollars de dommages et intérêts. Lui et sa société ont été reconnus coupables ...

873 millions de dollars d'amende contre le spammeur de Facebook
ZDNet FR, 25 novembre 2008, 392 mots, (Français)

C'est une condamnation exemplaire que la justice américaine a infligée à un spammeur qui piratait les comptes de Facebook. Le réseau social, qui a peu d'espoir de recevoir la somme, croit en l'effet dissuasif de ce jugement. Le Canadien Adam ...

Les auteurs de scam nigériens se déploient sur Facebook
Sécurité Informatique, 25 novembre 2008, 380 mots, (Français)
Sophos a lancé une alerte mi-novembre, recommandant aux utilisateurs de Facebook de se méfier des messages envoyés par des « amis » et demandant de l'argent ou des informations personnelles. Car les cybercriminels exploitent ce moyen pour ...

Des spammeurs sur Facebook condamnés à 873 millions d'amende
The Inquirer, 25 novembre 2008, 273 mots, (Français)
Le site de réseauratage social Facebook se réjouit de la décision d'une cour de justice étasunienne qui ordonne à des spammeurs de payer 873 millions de dollars en dommages et intérêts pour avoir envoyé des messages non sollicités à ses ...

f Facebook, piège à stars
Le Matin, 26 novembre 2008, 371 mots, (Français)
web Les célébrités supportent de moins en moins d'être harcelées par leurs fans sur le site communautaire. Dans le petit monde des people, c'est le débat du moment: faut-il rester ou non sur Facebook? Il y a un an, la question se posait à ...

Le Facebook des décideurs traduit en français
Le Figaro, 26 novembre 2008, 216 mots, (Français)
ZOOM Les champions américains d'Internet l'ont bien compris. Sans adaptations locales, point de salut. Après Facebook, au tour du réseau social professionnel LinkedIn de s'adapter localement pour continuer de croître. Hier, LinkedIn a lancé ...

FACEBOOK BANNI DES ENTREPRISES
24 Heures, 26 novembre 2008, 76 mots, (Français)
FACEBOOK BANNI DES ENTREPRISES» Plusieurs entreprises suisses ont supprimé l'accès à Facebook. Les compagnies d'assurances Bâloise et Nationale, les banques UBS, Raiffeisen et CS en ont supprimé l'accès totalement ou partiellement à leurs ...

Cela aurait pu rester un gag, c'est en train de devenir une cause de...
24 Heures, 26 novembre 2008, 506 mots, (Français)
Cela aurait pu rester un gag, c'est en train de devenir une cause de mobilisation massive. Plus de 2400 fans d'Albert le Vert – le fameux personnage télévisé des Babibouchettes – veulent que la station de métro du CHUV porte aussi le nom de ...

Les fans d' Albert le Vert veulent rebaptiser la station métro du CHUV
24 Heures, 26 novembre 2008, 352 mots, (Français)
Cela aurait pu rester un gag, c'est en train de devenir une cause de mobilisation massive. Plus de 2400 fans d'Albert le Vert veulent que la station de métro du CHUV porte aussi le nom de la célèbre chaussette. Sur le site internet Facebook ...

Le site Twitter résiste aux avances de Facebook
Le Figaro, 26 novembre 2008, 526 mots, (Français)
INTERNET Le réseau social a été éconduit en raison de doutes sur sa valorisation.« QUE faites-vous en ce moment ? » Telle est la question à laquelle répondent en 140 caractères les 6 millions d'utilisateurs de Twitter. Lancé en 2006, ce ...

dépêches
La Tribune, 26 novembre 2008, 268 mots, (Français)
Twitter a rejeté l'offre de rachat proposée par Facebook. Selon le site AllThingsD.com qui a révélé l'information, les deux groupes Internet n'ont pas trouvé d'accord sur le prix. Facebook proposait ses propres actions aux détenteurs de ...

Les RP de Facebook chez Ballou PR
CB Newsletter, 26 novembre 2008, 53 mots, (Français)
Facebook a confié la gestion de ses relations presse France à Ballou PR, agence de relations publiques stratégiques. "L'agence est notamment chargée de présenter et valoriser les dernières nouveautés de la plateforme communautaire ainsi que ...

Ballou PR remporte Facebook
Stratégies Newsletter, 26 novembre 2008, 50 mots, (Français)
RELATIONS PUBLIQUES. Facebook confie ses relations publiques à l'agence Ballou PR dirigée par Colette Ballou Lamotte. L'agence gérera l'ensemble de la communication France de la plate-forme communautaire qui compte 120 millions de membres à ...

LE PIÉTON
Sud Ouest, 26 novembre 2008, 97 mots, (Français)
LE PIÉTON S'est laissé dire que sa précédente chronique sur la présence de la gent royannaise sur Facebook n'avait pas laissé certains d'entre elle indifférents. L'affaire aurait même donné un coup de pouce au sympathique groupe de parole « ...

Le Facebook des décideurs traduit en français
Le Figaro, 26 novembre 2008, 215 mots, (Français)
ZOOM Les champions américains d'Internet l'ont bien compris. Sans adaptations locales, point de salut. Après Facebook, au tour du réseau social professionnel LinkedIn de s'adapter localement pour continuer de croître. Hier, LinkedIn a lancé ...

Le site Twitter résiste aux avances de Facebook
Le Figaro, 26 novembre 2008, 507 mots, (Français)
« QUE faites-vous en ce moment ? » Telle est la question à laquelle répondent en 140 caractères les 6 millions d'utilisateurs de Twitter. Lancé en 2006, ce service Internet dit de « microblogging » a été rapidement adopté par la frange la ...

Internet; LinkedIn se rêve en Facebook des cadres
La Tribune, 26 novembre 2008, 532 mots, (Français)
site communautaire Le réseau social professionnel compte 29 millions de membres, dont 600.000 français. LinkedIn est à la vie professionnelle ce que Facebook est à la vie personnelle. C'est, en tout cas, la comparaison faite par son ...

Hommages virtuels pour Emmanuelle et Fabiano Sur Facebook, des milliers de personnes expriment leur sympathie aux familles des deux élèves du gymnase d'Yverdon, morts dans un accident de la circulation.
L´Hebdo, 27 novembre 2008, 244 mots, (Français)
SOLIDARITÉ. En une semaine sur Facebook, plus de 4200 internautes ont rendu hommage à Fabiano Langellotti, 18 ans, et Emanuelle Cornu, 16 ans, deux gymnasiens morts à la suite d'un accident de scooter. Amis, copains, anciens camarades de ...

POLITICIENS ROMANDS: TOUS SUR FACEBOOK!
L´Hebdo, 27 novembre 2008, 665 mots, (Français)
CHRISTOPHE SCHENKCAMPAGNE WEB. Le succès de Barack Obama a montré le rôle croissant de Facebook en politique. A tel point que les Romands s'y mettent aussi, aujourd'hui.

1. Qui a été le navigateur de l'année? Dominique Wavre
Le Matin, 27 novembre 2008, 52 mots, (Français)
1. Qui a été le navigateur de l'année? Dominique Wavre2. Facebook, c'est? Un site de socialisation3. Que doit-on à ce dessinateur? Les couvertures de «Harry Potter»

Mark Zuckerberg; Ami parcours
Libération, 27 novembre 2008, 1253 mots, (Français)

A 24 ans, cet ancien de Harvard pèse 1,5 milliard de dollars. Grâce à Facebook, le webréseau communautaire qu'il a cofondé en 2004.Il a un goût immodéré pour les ordinateurs, une collection visiblement inépuisable de ...

L'avis de… Cédric Tremintin, directeur du pôle Portail collaboratif chez Umanis; « Il y a un risque de frustration si ces outils ne sont pas adoptés »
L'AGEFI Hebdo, 27 novembre 2008, 410 mots, (Français)
Quels types de projets relatifs aux réseaux sociaux sont menés en entreprise ?J'en ai identifié deux : l'intégration de solutions collaboratives ou d'outils de réseaux sociaux, et la recherche de la meilleure utilisation possible des ...

Des sociétés recrutent sur Facebook (De Standaard)
Agence Belga, 10:39, 27 novembre 2008, 177 mots, (Français)
BRUXELLES 27/11 (BELGA) = Les sociétés recourent de plus en plus aux réseaux sociaux tels que Facebook et LinkedIn pour dénicher de nouveaux talents, craignant si elles ne le font pas de perdre la fameuse "guerre des talents", affirme jeudi ...

CH(Journée internationale du marketing horloger: puissance de la "blogosphère"
AWP Swiss News (French), 18:14, 27 novembre 2008, 545 mots, (Français)
La Chaux-de-Fonds NE (AWP/ats) - Les sous-réseaux accessibles en ligne constituent pour l'horlogerie un outil essentiel de veille stratégique. Ce thème de discussion a figuré jeudi au centre de la 12e Journée internationale du marketing ...

Les jeunes talons de sarenza.com
Stratégies, 27 novembre 2008, 144 mots, (Français)
Il fallait être chaussé haut pour participer au premier Concours national de course en escarpins. Au moins 8 centimètres de talon pour cet événement conçu par sarenza.com. Le site de vente de chaussures en ligne a réuni plus de 600 ...

Intégration : Omni décloisonne Groupwise
01 Informatique, 27 novembre 2008, 53 mots, (Français)
Riva CRM Integration for Novell Groupwise, connecteur d'Omni, offre une vue unifiée des informations contenues sur un serveur de messagerie Groupwise vers des outils de GRC comme SugarCRM, mais aussi vers Facebook, Sharepoint, Salesforce…

Le fan-club des amateurs de rugby
Micro Hebdo, 27 novembre 2008, 146 mots, (Français)
www.lafamillerrugby.comNon, il ne s'agit pas d'une faute de frappe ! Famillerrugby s'écrit bien avec 3 « r », ceux de Réseau Renault Rugby. C'est en effet au constructeur de voitures Renault, partenaire officiel de la FFR et du XV de ...

Une webTV se met au vert
Micro Hebdo, 27 novembre 2008, 147 mots, (Français)
www.greenpod.frSpécialisé dans l'actualité du développement durable, le site Greenpod est une webTV dont la présentation est agréable et le contenu riche. Ses flashs vidéo hebdomadaires traitent d'écologie, d'énergies propres, de culture ...

Site web
Je vais Construire et Rénover, 27 novembre 2008, 82 mots, (Français)
Trouver facilement des corps de métiers ? Basé sur le principe relationnel des sites comme Facebook, le site « Beltravaux » offre une plateforme d'échanges pour les travaux du bâtiment. D'un côté, des particuliers placent gratuitement leurs ...

POINT DE VUE. Ce qui devra changer en France. David Appelfield. Représentant du Financial Times pour l'Afrique.
La Croix, 28 novembre 2008, 613 mots, (Français)

La victoire de Barack Obama a sans doute été portée par un gigantesque espoir, mais elle a été nourrie par une grande capacité d'organisation, par la capacité à comprendre les nouveaux enjeux démographiques, la capacité à se servir des ...

La RATP en campagne pour "Ma RATP dans la poche" avec Singapour
CB Newsletter, 28 novembre 2008, 134 mots, (Français)
Afin de promouvoir son site Internet mobile (wap.ratp.fr) et des services "Ma RATP dans la poche", qui permet au mobinaute de se renseigner sur l'état du trafic, les délais d'attente, ou encore les itinéraires grâce à son téléphone ...

Les coiffeurs se mobilisent contre le Sida avec L'Oréal et L'UNESCO
CB Newsletter, 28 novembre 2008, 107 mots, (Français)
Pour la seconde année consécutive, 10 000 coiffeurs sensibiliseront leurs clients à la prévention lors de la journée mondiale contre le Sida, le 1er décembre prochain. La communication du programme de Prévention Coiffeurs (créé ...

La RATP en campagne pour "Ma RATP dans la poche" avec Singapour
CB Newsletter, 28 novembre 2008, 134 mots, (Français)
Afin de promouvoir son site Internet mobile (wap.ratp.fr) et des services "Ma RATP dans la poche", qui permet au mobinaute de se renseigner sur l'état du trafic, les délais d'attente, ou encore les itinéraires grâce à son téléphone ...

Les coiffeurs se mobilisent contre le Sida avec L'Oréal et L'UNESCO
CB Newsletter, 28 novembre 2008, 107 mots, (Français)
Pour la seconde année consécutive, 10 000 coiffeurs sensibiliseront leurs clients à la prévention lors de la journée mondiale contre le Sida, le 1er décembre prochain. La communication du programme de Prévention Coiffeurs (créé ...

Sur leurs positions; Billet
L'Est Républicain, 29 novembre 2008, 143 mots, (Français)
La mobilisation s'étend en faveur d'Amora. Ainsi sur le réseau social Facebook où un groupe appelant à « conserver la moutarde à Dijon », créé vendredi dernier, revendiquait déjà 10 233 membres hier soir.

Le piège des « amitiés » modernes.
dimanche Ouest France, 30 novembre 2008, 296 mots, (Français)
Facebook propose de répertorier ses « amis »...par centaines ! Par écrans interposés, on peut donc étaler sa vie et épier celle des autres à coups de photos publiées ou de description de son humeur du moment.

Des apprentis Lupin pincés par leur profil Facebook
The Inquirer, 30 novembre 2008, 358 mots, (Français)
Les jeunes d'aujourd'hui c'est plus ce que c'était ma bonne dame, à l'image de ces jeunes Australiens qui pensaient pouvoir festoyer aux frais de la princesse et détaler en courant.

Les influenceurs du Net ont leur plate-forme : YouGether
CB News, 1 décembre 2008, 135 mots, (Français)
C'est la semaine dernière que l'agence de commu-nication interactive You to You a lancé YouGether, une plate-forme de mise en relation de marques et des influenceurs du Net : blogueurs, journalistes, modéra-teurs, membres de Facebook, ...

« Moins de risques qu'il y a vingt-deux ans ! »
Midi Libre, 1 décembre 2008, 323 mots, (Français)
« Moins de risques qu'il y a vingt-deux ans ! »Lancée sur le réseau social Facebook sur internet cet été, la pétition "Non à la fermeture définitive du Rockstore à Montpellier"

Sur le Net aussi on échange

Le Parisien, 1 décembre 2008, 186 mots, (Français)
ON LES APPELLE les « troc party ». Le principe : inviter des amies chez soi pour s'échanger des vêtements dans une ambiance bon enfant. Un phénomène a pris de l'ampleur ces derniers mois grâce à Internet. Relais n o °1 de ces soirées entre ...

LE SAVIEZ-VOUS ? LE CHIFFRE C'EST NOUVEAU - Solène éliminée de la « Star Ac » demandes de logements cette année Elle s'appelle communauté d'agglomération
Le Parisien, 1 décembre 2008, 263 mots, (Français)
IL S'EN est fallu de peu pour qu'elle décroche une place en demi-finale de la « Star Academy ». Vendredi soir, Solène, la seule candidate seine-et-marnaise de l'émission de TF 1, a été éliminée, le public ayant préféré sauver Gautier, ...

LE SAVIEZ-VOUS ? LE CHIFFRE AUJOURD'HUI - Solène éliminée de la « Star Ac » demandes de logements cette année
Le Parisien, 1 décembre 2008, 289 mots, (Français)
IL S'EN est fallu de peu pour qu'elle décroche une place en demi-finale de la « Star Academy ». Vendredi soir, Solène, la seule candidate seine-et-marnaise de l'émission de TF 1, a été éliminée, le public ayant préféré sauver Gautier, ...

À l'occasion des fêtes, des célébrités offrent des gâteaux aux fruits pour amasser des fonds au profit d'organismes de bienfaisance en passant par PayPal
Canada Newswire, 21:43, 1 décembre 2008, 1068 mots, (Français)
SAN JOSE, CA, le 1er déc. /CNW/ -- << Tony Hawk, Jimmie Johnson, Yao Ming, Nicole Richie et Joel Madden, Ben Roethlisberger et Fall Out Boy vous encouragent à "redonner" le gâteau aux fruits sur la plateforme de ...

Les sites de recrutement font dans le relationnel
Enjeux Les Echos, 1 décembre 2008, 406 mots, (Français)
Face à la concurrence des communautés en ligne, les sites historiques d'emploi doivent s'adapter : au-delà du dépôt de CV, la demande porte sur le réseau social.

Les membres des réseaux sociaux ne sont pas seulement situé...
Midi Libre, 2 décembre 2008, 72 mots, (Français)
Les membres des réseaux sociaux ne sont pas seulement situés au bout du monde. La région est très fortement présente sur ces derniers. MySpace est la plaque tournante de toutes les formations musicales du Languedoc, et le seul mot-clef ...

TÉMOIGNAGES Anaïs JEANJEAN Étudiante montpelliéraine, membre de Facebook « Faciliter les échanges » PitouF Lycéen et musicien nîmois, membre de MySpace « Se faire connaître » Cécile HERNANDEZ-CERVELLON Écrivaine...
Midi Libre, 2 décembre 2008, 441 mots, (Français)
TÉMOIGNAGES Anaïs JEANJEAN Étudiante montpelliéraine, membre de Facebook « Faciliter les échanges » PitouF Lycéen et musicien nîmois, membre de MySpace « Se faire connaître » Cécile HERNANDEZ-CERVELLON Écrivaine perpignanaise, membre de ...

Big brother ? Avec leurs millions de profils, les réseaux sociau...
Midi Libre, 2 décembre 2008, 128 mots, (Français)
Big brother ? Avec leurs millions de profils, les réseaux sociaux peuvent rapidement ressembler aux vigies inventées par George Orwell dans son roman "1984". Ainsi, la polémique qui entoura le fichier Edvige permit de mettre en lumière le ...

De nombreux soutiens Mise en ligne sur le site http://uneecole...
Midi Libre, 2 décembre 2008, 48 mots, (Français)
De nombreux soutiens Mise en ligne sur le site http:/uneecolepourvictorhugo.hautetfort.com, la lettre de Bastien Cazals a déjà reçu 5 000 visites, et près de 250 personnes ont apporté leur soutien sur Facebook.

Jura: plate-forme virtuelle primée en France
Le Temps, 2 décembre 2008, 440 mots, (Français)
JURA. Créapole multiplie les outils pour draguer les porteurs de projets innovants. C'est, à en croire ses initiateurs Yann Barth et Yannick Guerdat, une première en Suisse: à l'enseigne de connect.creapole, la structure de promotion ...

Êtes-vous « pudique » ou « exhib' » sur Facebook ?
Les Actualités de 01Net, 2 décembre 2008, 732 mots, (Français)
Une étude sociologique sur les comportements des utilisateurs des outils du Web 2.0 relativise l'exposition de soi sur Internet. Certes, sur Facebook, vous avez 347 amis. Mais qui sont-ils ? Comment les avez-vous choisis ? Auraient-ils été ...

lefigaro.fr se transforme en site communautaire
Le Figaro, 3 décembre 2008, 344 mots, (Français)
INTERNET « Mon Figaro » propose aux internautes de créer des profils et de partager leurs favoris ainsi que leurs commentaires. PARTAGER des articles, échanger des commentaires sur l'actualité, se retrouver en fonction de ses affinités ...

Lindsay Lohan est contrariée et elle l'a fait savoir sur son MySpace: un...
La Tribune de Genève, 3 décembre 2008, 155 mots, (Français)
Lindsay Lohan est contrariée et elle l'a fait savoir sur son MySpace: un administrateur du site communautaire Facebook a en effet suspendu son compte parce qu'il croyait que c'était un faux! Mais la starlette a peut-être commis une erreur: ...

lefigaro.fr se transforme en site communautaire
Le Figaro, 3 décembre 2008, 324 mots, (Français)
PARTAGER des articles, échanger des commentaires sur l'actualité, se retrouver en fonction de ses affinités culturelles, professionnelles ou politiques ont fait le succès de médias sociaux comme Facebook, Twitter et MySpace. Souvent sources ...

Christine Albanel demande une charte pour les sites Web 2.0 à Pierre Sirinelli
Les Echos, 4 décembre 2008, 112 mots, (Français)
Christine Albanel, ministre de la Culture et de la Communication, a demandé à l'universitaire Pierre Sirinelli d'élaborer une étude sur les « différentes solutions possibles à la question de la prévention et de la lutte contre le piratage ...

France 2, 20 h 50/ - Sur Facebook, les fans de télé se lâchent
Aujourd'hui en France, 4 décembre 2008, 420 mots, (Français)
« Envoyé spécial »ON NE VOYAIT en lui qu'un phénomène de mode, Facebook est devenu une institution. Exploré ce soir dans un reportage d'« Envoyé spécial » (à 20 h 50 sur France 2), l'ex-réseau social cybernétique des étudiants de Havard ...

«Tout était plus simple il y a dix ans»
La Tribune de Genève, 4 décembre 2008, 240 mots, (Français)
Qu'il était doux, le temps où le télédiffuseur pouvait ne se préoccuper que de la puissance de ses émetteurs. «Les choses étaient simples il y a dix ans», concède Guillaume de Posch, directeur de ProSiebenSat, de passage à Genève à ...

France 2, 20 h 50/ - Sur Facebook, les fans de télé se lâchent
Le Parisien, 4 décembre 2008, 420 mots, (Français)
« Envoyé spécial »ON NE VOYAIT en lui qu'un phénomène de mode, Facebook est devenu une institution. Exploré ce soir dans un reportage d'« Envoyé spécial » (à 20 h 50 sur France 2), l'ex-réseau social cybernétique des étudiants de Havard ...

Panda Labs : des virus aussi avec Facebook et MySpace !
Publinet, 4 décembre 2008, 242 mots, (Français)

PandaLabs, le laboratoire antimalware de Panda Security, a détecté un nouveau ver, Boface.G, qui utilise les réseaux sociaux Facebook et MySpace pour se propager.

« J'y vois surtout l'aspect ludique ».
Ouest France, 4 décembre 2008, 168 mots, (Français)
Richard, 24 ans, étudiant en Science politique. « Facebook pour moi, c'est juste deux ou trois détours par semaine. Au début, on faisait un concours avec ma sœur pour savoir qui aurait le plus d'amis. Je m'en sers pour contacter les ...

Un groupe Facebook pour les étudiants Erasmus.
Ouest France, 4 décembre 2008, 180 mots, (Français)
Erasmus in Rennes 08/09 peuvent se retrouver via le site communautaire. À l'origine du projet, Axel Sooriah explique : « Je m'occupe bénévolement de la mise en place et de la communication des soirées, avec un outil performant et en plus ...

Facebook fait du « buzz » chez les étudiants.
Ouest France, 4 décembre 2008, 373 mots, (Français)
« Facebook » confirme son statut de phénomène de société. Aujourd'hui son utilisation est courante sur les campus rennais. Créé à Harvard en 2004, le site Internet était destiné à l'origine à rassembler les étudiants américains. Certains, ...

« Ça fonctionne mieux que le bouche à oreille ».
Ouest France, 4 décembre 2008, 156 mots, (Français)
Marion, étudiante en L3 d'Espagnol. « J'appartiens à une association de Rennes 2, « Inti-Luna », qui rassemble des étudiants en Espagnol, et ceux que cette culture intéresse. Elle s'occupe de l'intégration des étudiants Erasmus, organise ...

Le virus Koobface prend pour cibles les utilisateurs de Facebook
Reuters - Les actualités en français, 00:01, 5 décembre 2008, 299 mots, (Français)
BOSTON, 4 décembre (Reuters) - Les 120 millions d'utilisateurs de Facebook sont menacés par un virus du nom de "Koobface" qui se sert du système de messagerie du réseau pour infecter les ordinateurs avant de tenter de recueillir ...

En bref
Micro Hebdo, 4 décembre 2008, 195 mots, (Français)
TF1 serait sur le point de lancer une radio d'information en continu sur Internet, un pendant de LCI sur les ondes radio. D'ailleurs, cette nouvelle radio, pilotée par Pascal Emond, rédacteur en chef du site lci.fr, et qui sera animée par ...

T'en penses quoi ?
Micro Hebdo, 4 décembre 2008, 157 mots, (Français)
www.webcity.frUn énième réseau social ? Oui… mais qui se démarque de l'incontournable Facebook en jouant la carte de la proximité et des loisirs. La proximité, car il permet de repérer les lieux fréquentés par les autres membres. Les ...

Facebook affecté par un virus, selon une société de sécurité informatique
Agence France Presse, 17:21, 5 décembre 2008, 231 mots, (Français)
Le site de socialisation en ligne Facebook est affecté par un virus de type "ver" baptisé Koobface, a averti la société spécialisée dans la sécurité informatique McAfee.

Un virus menace les utilisateurs de Facebook
LePoint.fr, 5 décembre 2008, 323 mots, (Français)
"Koobface", c'est le nom du virus qui cible les 120 millions d'utilisateurs du réseau social Facebook. Ce virus se sert du système de messagerie du réseau pour infecter les ordinateurs avant de s'emparer des éventuelles informations ...

Manifestations anti-gouvernementales dans plusieurs villes de Croatie

Agence France Presse, 19:51, 5 décembre 2008, 285 mots, (Français)
Plusieurs centaines de personnes ont manifesté vendredi dans les principales villes de Croatie contre la politique économique et sociale du gouvernement, à l'appel d'un groupe constitué sur Facebook et baptisé "serrez-vous la ceinture bande ...

Un virus menace les 120 millions d'utilisateurs de Facebook
LePoint.fr, 5 décembre 2008, 326 mots, (Français)
"Koobface", c'est le nom du virus qui cible les 120 millions d'utilisateurs du réseau social Facebook. Ce virus se sert du système de messagerie du réseau pour infecter les ordinateurs avant de s'emparer des éventuelles informations ...

Le virus Koobface attaque les utilisateurs de Facebook
Les Actualités de 01Net, 5 décembre 2008, 332 mots, (Français)
Ce virus prend les membres du réseau social pour cible, via le système de messagerie. MySpace avait déjà été victime d'une variante cet été.

Facebook, toujours en recherche de rentabilité, ne convainc pas les investisseurs
ZDNet FR, 5 décembre 2008, 505 mots, (Français)
Devant la difficulté de trouver des investisseurs, le réseau social repousse un plan de rachat des actions de ses employés. La perspective de rentabilité s'éloigne alors que son modèle économique est remis en cause. Facebook a décidé de ...

2008 : dérives et des rêves...
Le Progrès, 5 décembre 2008, 366 mots, (Français)
Qui connaissait Jérôme Kerviel le 1e janvier 2008, à part sa famille, ses voisins de bureau et quelques amis d'enfance retrouvés sur Facebook? Une révélation ce Kerviel, comme on dit d'un footballeur prometteur. Ce trader d'allure juvénile, ...

Un virus se répand sur Facebook
The Inquirer, 5 décembre 2008, 265 mots, (Français)
Les auteurs de virus ont créé un malware uniquement destiné au site de réseauratage social Facebook. Les auteurs de virus ont créé un malware uniquement destiné au site de réseauratage social Facebook.<!--more--> "Koobface" emploie le ...

Facebook menacé par le virus Koobface
Silicon.fr, 5 décembre 2008, 493 mots, (Français)
La messagerie du site de réseau social voit planer la menace d'un malware capable de collecter les informations personnelles des utilisateurs

Facebook étonne ses amis comme ses ennemis
Datanews, 5 décembre 2008, 666 mots, (Français)
Frederik Tibau Alors que la Silicon Valley traverse une phase de déprime, le site de réseaux sociaux Facebook passe à la vitesse supérieure. Stratégie agressive Toujours déficitaire

$$$ Facebook: des millions pour Twitter $$$
Datanews, 5 décembre 2008, 240 mots, (Français)
Crise ou pas, Facebook serait prête à dépenser 389 millions EUR pour acquérir la petite entreprise de microblogging Twitter. C'est ce qu'écrit le Financial Times. Twitter est un service en ligne qui permet d'envoyer de courts messages vers ...

Facebook piège des pique-assiettes
Datanews, 5 décembre 2008, 231 mots, (Français)
Manger copieusement à cinq, puis s'en aller sans payer? C'était sans compter avec Facebook! Peter Leary, propriétaire du restaurant Seagrass à Melbourne (Australie), a failli s'étrangler, lorsque les cinq convives en question ne sont pas ...

Est-on trop sentimental envers les animaux?

La Tribune de Genève, 6 décembre 2008, 621 mots, (Français)
Le «Times» publie la liste des dix animaux les plus riches du monde. La TSR organise un casting pour désigner le chat et le chien le plus glamour de Suisse romande. Des cures d'amaigrissement et des liftings sont spécialement conçus pour ...

Difficile journée pour le lycée et sa réforme
Sud Ouest, 6 décembre 2008, 611 mots, (Français)
ÉDUCATION Une opération « lycées vides » contre la réforme du lycée, lancée sur le site Facebook, a pris toute son ampleur hier, non sans violences, notamment dans la région

Les utilisateurs de Facebook menacés par un virus.
Ouest France, 6 décembre 2008, 83 mots, (Français)
Koobface, ce virus se sert du système de messagerie de Facebook pour infecter les ordinateurs privés. Puis il tente de recueillir des informations telles que les numéros de cartes de crédit. Koobface par des courriels, tels que « Regarde ...

happening urbain; Le premier «flash mob» en gilet fluo fait un peu flop
La Charente Libre, 6 décembre 2008, 384 mots, (Français)
Dix-sept gilets jaunes hier soir sur la place New York et moi et moi. «J'ai eu 14 réponses sur Facebook, essentiellement des journalistes de la Charente Libre», rigole Alexandre Sardin. Pas facile d'être l'instigateur du premier «flash mob» ...

Cazals sur Facebook L'affaire Cazals (l'enseignant convoqué par...
Midi Libre, 7 décembre 2008, 66 mots, (Français)
Cazals sur Facebook L'affaire Cazals (l'enseignant convoqué par l'académie après avoir adressé une lettre à Sarkozy) s'est répandue comme une traînée de poudre chez les internautes. Facebook, site qui se veut un réseau social, a été le ...

Cazals sur Facebook L'affaire Cazals (l'enseignant convoqué p...
Midi Libre, 7 décembre 2008, 66 mots, (Français)
Cazals sur Facebook L'affaire Cazals (l'enseignant convoqué par l'Académie après avoir adressé une lettre à Sarkozy) s'est répandue comme une traînée de poudre chez les internautes. Facebook, site qui se veut un réseau social, a été le ...

FACEBOOK. Le réseau social en ligne a décidé, d'après le...
Les Echos, 8 décembre 2008, 95 mots, (Français)
Le réseau social en ligne a décidé, d'après le « Wall Street Journal » de vendredi, de repousser un plan - annoncé en août dernier - autorisant ses employés à vendre certaines de leurs actions dans le groupe, face à la difficulté de trouver ...

Emploi - Grâce à Facebook, il réintègre son ancienne entreprise
Aujourd'hui en France, 8 décembre 2008, 363 mots, (Français)
TILL AUROUSSEAU a retrouvé son ancien bureau à Levallois-Perret (Hauts-de-Seine). Après un passage éclair à la concurrence, ce directeur artistique de 30 ans a réintégré, mercredi, SixandCo, une agence de communication spécialisée dans le ...

Facebook - Gare au virus !
Aujourd'hui en France, 8 décembre 2008, 121 mots, (Français)
IL S'APPELLE Koobface et n'a rien d'amical. Un nouveau virus menace les 120 millions d'utilisateurs dans le monde du réseau social Facebook. Il se manifeste en envoyant des courriels aux amis de personnes dont l'ordinateur a été infecté, ...

Facebook et Google veulent «connecter» les internautes
La Tribune de Genève, 8 décembre 2008, 193 mots, (Français)
Lancés tous deux jeudi dernier, les services Facebook Connect et Google Friend Connect poursuivent le même but apparent: faciliter la vie de l'internaute actif sur la Toile. Ces deux fonctionnalités lui permettent en effet de laisser des ...

Emploi - Grâce à Facebook, il réintègre son ancienne entreprise
Le Parisien, 8 décembre 2008, 363 mots, (Français)
TILL AUROUSSEAU a retrouvé son ancien bureau à Levallois-Perret (Hauts-de-Seine). Après un passage éclair à la concurrence, ce directeur artistique de 30 ans a réintégré, mercredi, SixandCo, une agence de communication spécialisée dans le ...

Facebook - Gare au virus !
Le Parisien, 8 décembre 2008, 121 mots, (Français)
IL S'APPELLE Koobface et n'a rien d'amical. Un nouveau virus menace les 120 millions d'utilisateurs dans le monde du réseau social Facebook. Il se manifeste en envoyant des courriels aux amis de personnes dont l'ordinateur a été infecté, ...

Le Skyblog le plus consulté
Libération, 8 décembre 2008, 93 mots, (Français)
Ouvert le 26 juin 2007 sur Skyrock.com, le blog de Vendetta, le plus vu des Skyblogs, a dépassé les 3 millions de visites. Les épisodes de sa Bogoss Life sur trendywebtv.com affichent le chiffre délirant de 5 millions de vues pour ...

1.700 professionnels de l'internet réunis à Paris pour la conférence "LeWeb"
Agence France Presse, 13:25, 8 décembre 2008, 286 mots, (Français)
Quelque 1.700 professionnels de l'internet, venus de 30 pays, participeront mardi et mercredi à Paris à la conférence "LeWeb'08", qui sera notamment l'occasion de réfléchir à "des solutions" pour faire face à la crise économique, a déclaré ...

Internet 2.0: les clés d'un renouveau - Carl Charest, directeur des contenus chez Branchez-Vous!, aux Grands Communicateurs le 10 décembre (hors série)
Canada Newswire, 15:02, 8 décembre 2008, 819 mots, (Français)
QUÉBEC, le 8 déc. /CNW/ -- QUÉBEC, le 8 déc. /CNW Telbec/ - Le développement des nouvelles technologies d'information et de communication se fait à la vitesse "grand V". Il en est de même avec Internet qui, qu'on le veuille ou non, modifie ...

Ceux qui s'inspirent de la crise
Le Figaro, 8 décembre 2008, 640 mots, (Français)
SUR FACEBOOK, on n'en finit plus de ressortir l'affiche de La Crise, le film de Coline Serreau. Au bureau, on fredonne Parachute doré, d'Alain Souchon, une chanson douce-amère sur les déboires du monde financier. La crise serait-elle ...

Nés avec le Web et l'open source, ils arrivent dans l'entreprise
Les Actualités de 01Net, 8 décembre 2008, 600 mots, (Français)
Une nouvelle génération est en train de débarquer dans l'entreprise, celle des « digital natives », ces jeunes qui ont été élevés avec une souris dans une main et un mobile dans l'autre…

Ceux qui s'inspirent de la crise
Le Figaro, 8 décembre 2008, 678 mots, (Français)
MARKETING Ligne de cosmétiques spécial récession, look vagabond, soirées à thème « Vive la crise »... Si la plupart des Français trouvent les temps difficiles, d'autres ont décidé d'en jouer pour booster leur business. Ou dérider leurs ...

Les start-up confrontées à la frilosité des investisseurs
La Tribune, 9 décembre 2008, 621 mots, (Français)
Meetic, Facebook, Google, Flickr : ces quatre succès du Web ont un point commun. Ils sont nés au moment même de l'éclatement de la bulle Internet. En pleine déconfiture économique, investisseurs et entrepreneurs, réunis ce matin à Paris à ...

Mobilisation sur Facebook; Faits divers

L'Est Républicain, 9 décembre 2008, 421 mots, (Français)
A l'initiative d'une amie allemande d'Ophélie et de sa famille, deux groupes pour aider à la recherche ont été créés sur le site de réseau social mondial.

Gare à son image dans les réseaux sociaux !
Les Actualités de 01Net, 9 décembre 2008, 383 mots, (Français)
Le développement exponentiel des réseaux sociaux comme LinkedIn ou Facebook, des sites ou des blogs sur lesquels on laisse son avis, multiplie les occasions de laisser des traces sur le Web…

Coup d'envoi du Web'08, le Festival de Cannes du Web !
Les Actualités de 01Net, 9 décembre 2008, 202 mots, (Français)
Durant deux jours, les 9 et 10 décembre 2008, des professionnels de l'Internet d'une trentaine de pays sont à Paris pour participer au Web'08. 01net. est parti à leur rencontre.

Facebook et YouTube enfin convertis à la HD
Les Actualités de 01Net, 9 décembre 2008, 364 mots, (Français)
Tandis que Facebook annonce officiellement la prise en charge des vidéos haute définition, YouTube ajoute discrètement une fonction HD à son lecteur.

1700 professionnels de l'internet réunis à Paris pour la conférence "LeWeb"
CB Newsletter, 9 décembre 2008, 171 mots, (Français)
Quelque 1700 professionnels de l'internet, venus de 30 pays, participent aujourd'hui et mercredi à Paris à la conférence "LeWeb'08", qui sera notamment l'occasion de réfléchir à "des solutions" pour faire face à la crise économique, ...

La planète Web se réunit pour deux jours à Paris
La Tribune.fr, 9 décembre 2008, 170 mots, (Français)
A l'initiative de Loïc Le Meur (photo), grand bloggeur et entrepreneur français du Net, se tient aujourd'hui mardi et demain mercredi à Paris deux jours de conférence sur le monde de l'Internet et sa réaction face à la crise financière et ...

Facebook ouvre son bureau parisien
Silicon.fr, 9 décembre 2008, 167 mots, (Français)
Objectif : optimiser la publicité Avec 6 millions de membres actifs (soit 5% du total), la France est un marché stratégique pour Facebook. Annoncée en octobre dernier, l'ouverture d'un bureau parisien est aujourd'hui officialisée par la ...

Comment me protéger contre le virus Koobface ?
Le Figaro, 10 décembre 2008, 413 mots, (Français)
LA QUESTION DU JOURANNONCÉ comme particulièrement dangereux, le virus Koobface menace une partie des utilisateurs de Facebook et de MySpace.

Vnunet TV spécial Web08 : Meetic : "Nous sommes imbattables en France"
VNUNet France, 10 décembre 2008, 164 mots, (Français)
Meetic Affinity, Meetic VIP…Marc Simoncini, PDG-fondateur du réseau européen de sites de rencontres, reste sur ses gardes face à la concurrence.

Les gens; Disparition d'une étudiante française à Budapest
Libération, 10 décembre 2008, 146 mots, (Français)
Ophélie Bretnacher, âgée de 22 ans, a été vue pour la dernière fois jeudi, vers 2 h 30, à la sortie la discothèque Portside de Cuba, dans le centre de Budapest. Une heure plus tard, son sac et son portable ont été retrouvés sur le pont qui ...

« La première star du cinéma issue du Web »
Le Parisien, 10 décembre 2008, 366 mots, (Français)

Le phénomène autour de ce jeune comédien semble assez inédit. Vous surprend-t-il ? Thomas Mondo. Pas vraiment. Même si elle arrive juste en France, l'émergence d'inconnus sur la Toile correspond à un phénomène mondial. Le succès de sites ...

Damien Vincent, directeur commercial de Facebook France
Stratégies Newsletter, 10 décembre 2008, 91 mots, (Français)
RESEAUX SOCIAUX. Facebook qui affiche 6 millions de membres en France ouvre un bureau à Paris et nomme Damien Vincent au poste de directeur commercial. Il est le premier représentant de Facebook en Europe continentale. Sa mission dans un ...

VOTRE AVIS Xavier Bertrand, Patrick Devedjian, Edvige et Facebook...
Midi Libre, 10 décembre 2008, 636 mots, (Français)
VOTRE AVIS Xavier Bertrand, Patrick Devedjian, Edvige et Facebook...Économies En ces temps de crise, l'UMP a choisi de donner l'exemple en économisant sur le coût d'une élection démocratique. Sans discussion, Xavier Bertrand a été nommé ...

Ophélie : son parcours à la loupe; Faits divers
L'Est Républicain, 10 décembre 2008, 693 mots, (Français)
L'étudiante verdunoise était toujours introuvable hier. La mobilisation sur Facebook reste colossale et les enquêteurs analysent les vidéosurveillances.

Comment me protéger contre le virus Koobface ?
Le Figaro, 10 décembre 2008, 415 mots, (Français)
LA QUESTION DU JOURANNONCÉ comme particulièrement dangereux, le virus Koobface menace une partie des utilisateurs de Facebook et de MySpace.

Sarah Palin et les sites communautaires en tête du palmarès de Google
Agence France Presse, 19:20, 10 décembre 2008, 361 mots, (Français)
Sarah Palin, qui a brigué en novembre la vice-présidence des États-Unis, a suffisamment intrigué les internautes du monde entier pour se hisser en tête du palmarès annuel publié mercredi par Google, où les sites de socialisation se taillent ...

Facebook/Tollé contre des Serbes louant la tuerie de Srebrenica
Reuters - Les actualités en français, 20:05, 10 décembre 2008, 272 mots, (Français)
SARAJEVO, 10 décembre (Reuters) - Plus de 6.000 Bosniaques se sont inscrits en moins de 48 heures au sein d'un groupe sur le réseau social Facebook, pour réclamer la fermeture d'un groupe nationaliste serbe qui se félicite du massacre de ...

Invitation - Lancement du magazine Perspectives 2009 - Êtes-vous prêt à gérer en mode 2.0?
Canada Newswire, 20:08, 10 décembre 2008, 344 mots, (Français)
MONTRÉAL, le 10 déc. /CNW/ -- MONTRÉAL, le 10 déc. /CNW Telbec/ - Pour de nombreux experts, les dirigeants n'ont plus le choix : à cause de la montée du Web 2.0, ils devront revoir leurs méthodes de gestion et en concevoir de nouvelles, ...

Une jeune Américaine porte plainte contre son ex-lycée après une sanction
Agence France Presse, 23:03, 10 décembre 2008, 264 mots, (Français)
Une ancienne lycéenne américaine, qui avait créé un groupe de discussion sur le site de socialisation Facebook afin de critiquer une de ses enseignantes, a porté plainte contre le lycée qui l'avait sanctionnée pour ces faits, a indiqué ...

Fuser agrège e-mail, Facebook, Twitter mais seulement en anglais
Les Actualités de 01Net, 10 décembre 2008, 406 mots, (Français)
Il est loin le temps où nous n'avions qu'une seule adresse e-mail et où les réseaux sociaux se comptaient sur les doigts d'une main…Il est loin le temps où nous n'avions qu'une seule adresse e-mail et où les réseaux sociaux se comptaient ...

Les mots-clés les plus tapés sur Google en 2008

Les Actualités de 01Net, 10 décembre 2008, 427 mots, (Français)
Le site de musique à la demande, Deezer, arrive en tête des requêtes qui ont connu la plus forte progression parmi celles passées sur Google.fr.

"Facebook" a été le terme le plus recherché sur Google en 2008 au Canada
La Presse Canadienne - Le fil radio, 20:28, 10 décembre 2008, 197 mots, (Français)
MONTREAL "Facebook" est le mot qui a été le plus souvent recherché sur Google au Canada cette année. Pour la première fois, le moteur de recherche Google a rendu publiques les recherches les plus populaires auprès des Canadiens en 2008.

"Facebook" a été le terme le plus recherché sur Google en 2008 au Canada
La Presse Canadienne, 20:31, 10 décembre 2008, 197 mots, (Français)
MONTREAL "Facebook" est le mot qui a été le plus souvent recherché sur Google au Canada cette année. Pour la première fois, le moteur de recherche Google a rendu publiques les recherches les plus populaires auprès des Canadiens en 2008.

Facebook ouvre son bureau en France et nomme un directeur commercial
CB Newsletter, 10 décembre 2008, 164 mots, (Français)
Facebook a officialisé hier l'ouverture de ses bureaux à Paris et la nomination de Damien Vincent au poste de directeur commercial France. Lors de sa dernière visite à Paris le 9 octobre dernier, le Pdg de Facebook, Mark Zuckerberg, avait ...

Facebook ouvre son bureau parisien pour optimiser la publicité
La Tribune.fr, 10 décembre 2008, 370 mots, (Français)
Fort de 130 millions d'utilisateurs dans le monde, Facebook, le célèbre site Internet communautaire, n'en finit pas d'étendre sa toile. Il s'intéresse de plus près à la France et ses 6 millions d'utilisateurs. Il a donc profité de ...

Leçons de marketing sur Facebook
Stratégies Newsletter, 11 décembre 2008, 66 mots, (Français)
SITE. La version française de la «Bible du marketing sur Facebook», écrit par Justin Smith (traduction par l'agence de marketing social SociaBliz), vient se sortir. Le site Read Write Web en fait un résumé en français qui devrait faire ...

YouTube et jeux parmi les requêtes les plus fréquentes sur le web en France
CB Newsletter, 11 décembre 2008, 129 mots, (Français)
Le site de partage de vidéos YouTube, les jeux et Yahoo! figurent en tête des requêtes enregistrées sur Google en France, où la plus forte progression revient à "Deezer", un service gratuit d'écoute de musique en ligne, a indiqué mercredi ...

LinkedIn, le Facebook du business
Le Point, 11 décembre 2008, 1277 mots, (Français)
Web 2.0Envie de changer de job ? Inscrivez-vous sur LinkedIn, un site qui permet de tracer les amis de ses amis dans le monde des affaires. C'est un banquier expatrié à New York qui l'affirme : « En ce moment, on nous vire tellement vite ...

Mobilisation sur Facebook pour retrouver une étudiante française disparue à Budapest
Les Actualités de 01Net, 11 décembre 2008, 423 mots, (Français)
Les amis d'Ophélie Bretnacher lancent un avis de recherche sur le réseau social. Ils sont sans nouvelles d'elle depuis plusieurs jours. Ophélie Bretnacher, une étudiante de l'école de commerce de Reims, a disparu le jeudi 4 décembre au petit ...

Le patron du Washington Post au conseil d'administration de Facebook
Agence France Presse, 00:03, 12 décembre 2008, 220 mots, (Français)
Le site américain de socialisation Facebook a annoncé jeudi que le PDG du groupe de presse Washington Post, Donald Graham, rejoindrait le mois prochain son conseil d'administration.

Les Nantais; De Nantes à Montaigu...
L´Express, 11 décembre 2008, 622 mots, (Français)
En dépit de querelles de voisinage classiques et d'un lourd héritage historique, les Nantais ne renient pas leur part d'identité vendéenne. C'est une gentille moquerie sur le réseau social Facebook : un groupe « Pour apprendre aux Vendéens à ...

Facebook s'attaque au marché publicitaire français
ZDNet FR, 11 décembre 2008, 526 mots, (Français)
Le réseau social ouvre un bureau commercial à Paris afin de fournir des solutions publicitaires mieux ciblées aux annonceurs de l'Hexagone. Deux tiers des Français ont accès à internet à domicile, selon une étude publiée en décembre par le ...

Damien Vincent
Les Echos, 12 décembre 2008, 61 mots, (Français)
FACEBOOK Damien Vincent est nommé au poste créé de directeur commercial France de Facebook. Damien Vincent, trente-deux ans, diplômé de l'Ipag, a débuté en tant que manager business développement d'AOL Interactive Marketing Group puis a ...

Êtes-vous choqué qu'un élu raconte sa vie sur Facebook?
Le Matin, 12 décembre 2008, 59 mots, (Français)
Êtes-vous choqué qu'un élu raconte sa vie sur Facebook? Lire l'article en page 6http://debat. lematin. ch ou par SMS (max. 160 signes) au 700 (20 ct. /SMS): envoyez LM FACE suivi de votre commentaire

VOUS FAITES LE MALIN PLUTÔT QUE DE LA POLITIQUE?
Le Matin, 12 décembre 2008, 484 mots, (Français)
Mercredi lors de l'élection d'Ueli Maurer au Conseil fédéral, le conseiller national libéral genevois Christian Luscher a mis comme statut sur son profil Facebook: «Assiste à l'élection d'un conseiller fédéral».

Création d'un groupe «mobilisation lycéenne» sur Internet. Grâce à Facebook et...
Sud Ouest, 12 décembre 2008, 87 mots, (Français)
Création d'un groupe «mobilisation lycéenne» sur Internet. Grâce à Facebook et aux SMS, les appels à la mobilisation se transmettent très rapidement mais de manière éparpillée. Pour y remédier, un « Google groupe » va prochainement être ...

Digsby
Les Actualités de 01Net, 12 décembre 2008, 275 mots, (Français)
C'est l'un des petits nouveaux et l'un des plus en vue. Sa grande originalité est d'associer au sein d'un même logiciel une messagerie universelle compatible MSN, Yahoo!, AIM, ICQ, Jabber et GoogleTalk, et des fonctions de réseaux sociaux ...

Le Transilien en campagne promotionnelle avec Sqli Agency
CB Newsletter, 12 décembre 2008, 111 mots, (Français)
Afin de mettre en avant ses produits Pass'Navigo, et Pass'Navigo Découverte et pour inciter les usagers à abandonner la Carte Orange qui sera supprimée fin janvier 2009, le Transilien SNCF annonce le lancement d'une campagne ...

Copains d'avant revendique le rang de premier réseau social en France
La Tribune.fr, 12 décembre 2008, 165 mots, (Français)
Plus de dix millions de membres : c'est le nombre de membres que revendique désormais le site Copains d'avant qui se veut "le premier réseau social en France" avec "un internaute sur trois" dans l'Hexagone. Il souligne même dans son ...

« Une véritable explosion »
Aujourd'hui en France, 13 décembre 2008, 250 mots, (Français)

Comment s'explique l'augmentation du temps passé sur Internet ? Laurent Donzel. Il y a trois ans, le Net servait essentiellement à s'informer, acheter, envoyer des mails. Depuis, les usages se sont diversifiés. Notamment avec l'envie de ...

Êtes-vous choqué qu'un élu raconte sa vie sur Facebook?
Le Matin, 13 décembre 2008, 363 mots, (Français)
Le conseiller national libéral genevois Christian Luscher est accro au site Internet de réseautage social. A l'entendre, il me semble être plus un mouton qu'un politicien créateur. Il parle comme un livre mais ne ferme pas si bien. Me ...

« Une véritable explosion »
Le Parisien, 13 décembre 2008, 250 mots, (Français)
Comment s'explique l'augmentation du temps passé sur Internet ? Laurent Donzel. Il y a trois ans, le Net servait essentiellement à s'informer, acheter, envoyer des mails. Depuis, les usages se sont diversifiés. Notamment avec l'envie de ...

Sur Facebook, des groupes angevins sur tout et sur rien
Presse Océan, 13 décembre 2008, 328 mots, (Français)
Inutiles Dans la catégorie des inutiles, certains groupes ont réussi à exploser tous les compteurs. Ainsi, ils sont 3 932 à avoir adhéré à « Angers, the best city in the world ever », simplement « parce que le port de l'Isle c'est plus chic ...

Wauquiez se justifie sur Facebook
Le Figaro, 13 décembre 2008, 110 mots, (Français)
Le secrétaire d'État à l'Emploi a mis en ligne sur Facebook un article dans lequel il explique à ses 2 530 « amis » que c'est bien lui qui gère son profil, rédige ses petits billets, présente son emploi du temps et met ses photos en ligne. ...

Villeneuve, « un trou » sur Internet
Sud Ouest, 13 décembre 2008, 335 mots, (Français)
Les skyblogs ou le site communautaire Facebook sont devenus les premiers moyens de communications des jeunes entre eux. Ils y parlent de leur ville. Et ce n'est pas vraiment un discours d'office de tourisme... Pour ses ados, Villeneuve ...

Wauquiez se justifie sur Facebook
Le Figaro, 13 décembre 2008, 110 mots, (Français)
Le secrétaire d'État à l'Emploi a mis en ligne sur Facebook un article dans lequel il explique à ses 2 530 « amis » que c'est bien lui qui gère son profil, rédige ses petits billets, présente son emploi du temps et met ses photos en ligne. ...

Facebook© : les Burgiens aussi tissent des liens sur la toile « Bourg-en-Bresse : objectif 2014 » ou comment rendre la ville plus dynamique
Le Progrès, 13 décembre 2008, 791 mots, (Français)
Véritable phénomène de mode sur le web, le réseau social Facebook commence aussi à séduire les Burgiens. Les groupes consacrés aux Bressans se multiplient, des plus traditionnels aux plus originaux

2 heures du mat' Près de 500 personnes ont rallié sur Facebook ...
Midi Libre, 14 décembre 2008, 70 mots, (Français)
2 heures du mat' Près de 500 personnes ont rallié sur Facebook le groupe "Pour l'ouverture des bars jusqu'à 2 h du matin à Montpellier". Et ce, toute l'année. De quoi faire pression sur la préfecture ? Plus d'une demi-douzaine d'élus ...

Tous à vos brosses à dents; Insolite
L'Est Républicain, 14 décembre 2008, 213 mots, (Français)

Hier, 70 personnes ont participé à un « flashmob » dans les rues de Nancy. Le rendez-vous est donné place de la Carrière, à Nancy, à 14 h 30. Jérôme Martinez, l'organisateur du groupe « Flashmob Nancy » sur le site internet Facebook, motive ...

Facebook retarde l'achat des stock-options de ses salariés
Les Echos, 15 décembre 2008, 102 mots, (Français)
Née en 2004, Facebook connaît ses premières difficultés. Ces derniers mois, la société californienne a été confrontée à de nombreux départs. Alors que la perspective d'une introduction en Bourse s'est éloignée pour au moins dix-huit mois, ...

La disparition d'Ophélie met le Web en ébullition
Le Matin, 15 décembre 2008, 507 mots, (Français)
émotion La police hongroise et plusieurs sites Internet tentent de retrouver la jeune étudiante française Ophélie Bretnacher. Sur Facebook, on redoute même que les autorités ne bâclent l'enquête.

Facebook
Le Figaro, 15 décembre 2008, 344 mots, (Français)
Facebook DONALD GRAHAM , le PDG du groupe de presse Washington Post, rejoindra le mois prochain le conseil d'administration du site américain de socialisation Facebook. Il siégera notamment aux côtés du cofondateur du site, Mark Zuckerberg, ...

Face à Facebook
Le Temps, 15 décembre 2008, 974 mots, (Français)
INTERNET. Sur la Toile, plusieurs nouveaux sites de réseautage social sont nés, dans la foulée de Facebook. Ils sont toutefois plus ciblés que leur parfois chaotique modèle. Tour d'horizon.

10 millions de membres pour Copains d'avant
La Tribune, 15 décembre 2008, 300 mots, (Français)
Le site Copains d'avant se veut « le premier réseau social en France » avec « un internaute sur trois » dans l'Hexagone. Il aurait attiré 5 millions d'inscrits ces douze derniers mois, traduisant un net regain d'engouement. Pas seulement ...

L'UMP demande un encadrement « très strict » de la publicité, notamment dans les...
Stratégies Newsletter, 15 décembre 2008, 139 mots, (Français)
L'UMP demande un encadrement « très strict » de la publicité, notamment dans les grandes surfaces et sur Internet, pour protéger les consommateurs et « leur donner les moyens d'éviter les trappes à surendettement »… Le PDG du Washington ...

Jusqu'où ira Zuckerberg
La Tribune, 15 décembre 2008, 430 mots, (Français)
Mark Zuckerberg a déjà la jeunesse (24 ans) et la fortune (1,5 milliard de dollars) pour lui. Mais le fondateur du site communautaire Facebook ne va pas s'arrêter là. Au point que certains oracles prédisent que ce réseau social a de bonnes ...

Un groupe saluant la tuerie de Srebrenica fermé par Facebook
Reuters - Les actualités en français, 18:11, 15 décembre 2008, 252 mots, (Français)
SARAJEVO, 15 décembre (Reuters) - Le réseau social sur internet Facebook a fermé un groupe nationaliste serbe qui se félicitait du massacre de 8.000 Musulmans de Bosnie en 1995 à Srebrenica après avoir reçu quelque 14.000 demandes émanant ...

LES DECIDEURS
Le Figaro, 15 décembre 2008, 341 mots, (Français)
Facebook DONALD GRAHAM, le PDG du groupe de presse Washington Post, rejoindra le mois prochain le conseil d'administration du site américain de socialisation Facebook. Il siégera notamment aux côtés du cofondateur du site, Mark Zuckerberg, ...

Le Pdg du Washington Post au conseil d'administration de Facebook
CB Newsletter, 15 décembre 2008, 53 mots, (Français)
Facebook a annoncé que le PDG du groupe de presse Washington Post Donald Graham rejoindrait le mois prochain son conseil d'administration. M. Graham y siègera notamment aux côtés du cofondateur du site Mark Zuckerberg et du fondateur de ...

Facebook lance Connect pour élargir son audience sur le Web
Les Echos, 16 décembre 2008, 393 mots, (Français)
Facebook, Google et MySpace misent tous sur l'élargissement de l'accès à leurs services communautaires. Connect, tel est le nom du service permettant aux 130 millions d'utilisateurs de Facebook d'étendre sur d'autres sites des échanges ...

Deux groupes sur Facebook Les tracts ont certes encore du char...
Midi Libre, 16 décembre 2008, 153 mots, (Français)
Deux groupes sur Facebook Les tracts ont certes encore du charme, mais internet a en partie pris le relais. En effet, les lycéens bagnolais ont créé sur le réseau social Facebook un groupe "La réforme à Bagnols-sur-Cèze" : « Toute la France ...

Aragon : opération portes fermées; Enseignement
L'Est Républicain, 16 décembre 2008, 595 mots, (Français)
Anticipant la réforme des lycées portée par Xavier Darcos, les élèves d'Aragon se sont mobilisés. Barrières, pancartes et bonne humeur étaient au rendez-vous...

Réaction face au blocus brisé de Saint-Stan', à Nantes.
Ouest France, 16 décembre 2008, 419 mots, (Français)
Ils sont arrivés dans la matinée, de retour de l'établissement privé qui tentait, hier, une entrée dans le mouvement. Témoignages d'Alice, Clémentine et Jules, en première au lycée Clemenceau.

Le service de courrier électronique de Yahoo! s'ouvre à la socialisation
Agence France Presse, 20:47, 16 décembre 2008, 281 mots, (Français)
Le service de courrier électronique de Yahoo! a commencé cette semaine à s'enrichir d'applications coopératives ou de socialisation, a-t-on appris mardi auprès du géant américain de l'internet.

Facebook passe au payant : ce hoax était presque parfait
Les Actualités de 01Net, 16 décembre 2008, 376 mots, (Français)
« Les concepteurs ont l'intention de charger des frais de 3,99 dollars par mois pour l'accès au site Web. Le but de cette lettre est de se mobiliser afin que Facebook ne devienne pas payant. » L'information est fausse, elle fait le plus ...

Les recruteurs sont aussi sur Facebook !
Les Actualités de 01Net, 16 décembre 2008, 421 mots, (Français)
Avec Facebook vous pensiez être tranquille entre vrais amis, garder des liens avec vos copains de promo, donner des nouvelles de la famille, etc. Oui, mais voilà…

Le mystère Dassidot mis à nu; <C'est du net!>
Sport Foot Magazine, 17 décembre 2008, 209 mots, (Français)
Aujourd'hui, les groupes de presse sont victimes d'une concurrence acharnée et doivent ruser pour exister médiatiquement. Dernière astuce en date ? Celle du magazine français Les dessous du sport, dont les responsables n'ont pas hésité à ...

Les cybercriminels surfent sur la crise
Le Figaro, 17 décembre 2008, 469 mots, (Français)
SÉCURITÉ Pirates et escrocs visent les États et les internautes victimes de la récession. ENTRE 2007 et 2008, les virus informatiques se sont multipliés par cinq. Ce calcul figure dans le rapport annuel McAfee. Il traduit une recrudescence ...

J. PI.
24 Heures, 17 décembre 2008, 125 mots, (Français)
J. PI.MÉTRO - Après l'engouement virtuel sur le site Facebook, place au concret! Une marée de chaussettes vertes est attendue sur l'esplanade de la station CHUV du M2, le samedi 17 janvier prochain, de 17 h à 18 h. Une façon originale de ...

Le PS et l'orthographe
Le Figaro, 17 décembre 2008, 115 mots, (Français)
Vincent Peillon a un profil personnel sur Facebook, mais pas seulement. Quelques-uns de ses partisans ont créé un groupe baptisé, en toutes lettres, « Vincent Peillon doit être réinvestit pour les européennes ! ». Avec une belle faute ...

« Devant mon ordinateur toute la nuit... »
Le Parisien, 17 décembre 2008, 184 mots, (Français)
«CHATTER » avec ses potes sur MSN, vérifier ce que font ses amis sur Facebook et être sûre qu'aucune nouvelle photo compromettante ne circule sur la Toile. Ajouter enfin quelques lignes sur son blog perso hébergé par le sacro-saint site ...

Une mise en garde sur Facebook est adressée aux professionnels de la santé
La Presse Canadienne, 03:55, 17 décembre 2008, 134 mots, (Français)
GATINEAU _ Le Centre de santé et de services sociaux de Gatineau (CSSSG) a tenu à spécifier aux professionnels à son emploi qu'ils ne doivent pas accepter de devenir des "amis Facebook" de leurs patients.

Une mise en garde sur Facebook est adressée aux professionnels de la santé
La Presse Canadienne - Le fil radio, 05:27, 17 décembre 2008, 102 mots, (Français)
GATINEAU _ Le Centre de santé et de services sociaux de Gatineau (CSSSG) a tenu à spécifier aux professionnels à son emploi qu'ils ne doivent pas accepter de devenir des "amis Facebook" de leurs patients.

Le site de partage de vidéos YouTube, les jeux et Yahoo! figurent en tête des...
L'Est Républicain, 17 décembre 2008, 233 mots, (Français)
Le site de partage de vidéos YouTube, les jeux et Yahoo! figurent en tête des requêtes enregistrées cette année sur Google en France, où la plus forte progression revient à «Deezer», un service gratuit d'écoute de musique en ligne, a ...

Sylvain pétitionne sur Facebook.
Ouest France, 17 décembre 2008, 152 mots, (Français)
re STG au Lycée de Cornouaille, a lancé une pétition sur le net contre la réforme Darcos: « Depuis mercredi dernier, j'ai constitué un groupe sur Facebook (Ndlr: réseau social sur internet) qui a déjà 14000 membres. C'est le plus grand ...

Twitter à la recherche de son modèle économique
ZDNet FR, 17 décembre 2008, 441 mots, (Français)
Le populaire service de microblogging, qui ne génère aujourd'hui pas de revenus, cherche un responsable produit pour monétiser son audience. Avec plus de 6 millions d'utilisateurs dans le monde, Twitter est une des start-up les plus ...

Facebook et le fisc
Trends/Tendances, 18 décembre 2008, 122 mots, (Français)
Le fisc s'est mis à l'heure d'Internet. Tel contrôleur affirme « googler une heure par dossier». Tel autre a trouvé sur Facebook la poule aux £œufs d'or. «Je connais des indépendants qui ne déclarent pratiquement pas de revenus mais font ...

Barack Obama produit de l'année ?
Trends/Tendances, 18 décembre 2008, 183 mots, (Français)

M.V.O. Quel sera le «produit de l'année 2008» ? Comme chaque année à cette période, les internautes peuvent voter pour leur innovation favorite sur le site du journal De Standaard. Mais cette année, le successeur de l'iPhone, produit de ...

Le fan-club des amateurs de rugby
Micro Hebdo, 18 décembre 2008, 146 mots, (Français)
Non, il ne s'agit pas d'une faute de frappe ! Famillerrrugby s'écrit bien avec 3 « r », ceux de Réseau Renault Rugby. C'est en effet au constructeur de voitures Renault, partenaire officiel de la FFR et du XV de France, que l'on doit le ...

Türk (Cnil) met en garde contre le "traçage dans le temps" des réseaux sociaux (presse)
Agence France Presse, 22:38, 18 décembre 2008, 300 mots, (Français)
Le président de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil), Alex Türk, met en garde contre le "traçage dans le temps" des personnes par les réseaux de socialisation en ligne de type Facebook, dans un entretien au ...

La bataille des identités se confirme
Micro Hebdo, 18 décembre 2008, 147 mots, (Français)
Qui détiendra notre identité en ligne ? Quelle sera la marque de notre passeport pour tous les services Web ? Facebook et Google sont en tout cas en lice, comme nous l'écrivions dans l'article « La guerre des ID aura bien lieu », paru dans ...

Les virus font dans le social
Micro Hebdo, 18 décembre 2008, 359 mots, (Français)
L'apparition de virus qui utilisent les réseaux sociaux comme vecteurs de diffusion, ce n'est pas nouveau. Cet été déjà, les utilisateurs de MySpace et de Facebook avaient été victimes d'un ver qui se diffusait « entre amis ». Depuis début ...

Vers une nouvelle intelligence collective
01 Informatique, 18 décembre 2008, 235 mots, (Français)
Le web 2.0 serait le web de chacun, selon David Fayon. Cet expert en nouvelles technologies, responsable de processus SI au sein de La Poste, donne une vue complète de l'évolution d'internet et éclaire le lecteur sur les enjeux culturels et ...

L'ami de mon DSI est un DSI
01 Informatique, 18 décembre 2008, 702 mots, (Français)
Thomas Chejfec, DSI du groupe Aldes Les réseaux sociaux qui avaient pour habitude d'être on ne peut plus réels ont trouvé depuis quelque temps déjà leur place sur internet. Facebook, par exemple, pour la partie civile tandis que côté ...

Premier contrat conclu sur Facebook ?
Le Vif / L'Express, 19 décembre 2008, 82 mots, (Français)
F.F.A maison d'édition hongroise Gondolat vient d'acquérir les droits de Great European Novel, roman de l'écrivain flamand Koen Peeters (photo), initialement publié chez Meulenhoff-Manteau. Jusque-là, pas de quoi fouetter un chat. Sauf que ...

NEIGE17 h 30 précises, hier, les boules de neige fusent de toutes parts sur...
24 Heures, 19 décembre 2008, 123 mots, (Français)
NEIGE17 h 30 précises, hier, les boules de neige fusent de toutes parts sur l'esplanade Jean-Monnet. Pendant quinze minutes, une vingtaine de jeunes ont livré bataille sur le toit de la Fnac. Par-devant, par-derrière, avec des boules plus ...

Repères
L'Est Républicain, 19 décembre 2008, 47 mots, (Français)
[PUCERONDE]Théâtre d'objets : dans les quartiers de Bar-le-Duc « Le périple » avec la compagnie Ubus Théâtre Québec. Apéro Facebook : à partir de 19 h, à La Bohème. À cette occasion et à l'approche de Noël, apporter un vieux jouet.

Une webTV verte
Micro Hebdo, 19 décembre 2008, 144 mots, (Français)
Spécialisé dans l'actualité du développement durable, le site Greenpod est une webTV dont la présentation est agréable et le contenu riche. Ses flashs vidéo hebdomadaires traitent d'écologie, d'énergies propres, de culture biologique… Le ...

Sam à Nancy; Mon tour en ville
L'Est Républicain, 20 décembre 2008, 147 mots, (Français)
Hier en fin de matinée, à la faculté de droit de Nancy était présent Sam (la mascotte de la sécurité routière).Il a invité les jeunes à se faire photographier en sa compagnie (photo Dominique Charton) ; afin de les sensibiliser sur les ...

Le désarroi d'un jeune policier à Athènes
Le Figaro, 22 décembre 2008, 704 mots, (Français)
GRÈCE Ébranlé par la mort d'Alexis et les manifestations quasi quotidiennes, un membre de la brigade antiémeute témoigne du malaise de la profession.

Rencontres de Facebookiens; La vie dans la ville
L'Est Républicain, 22 décembre 2008, 312 mots, (Français)
Un apéro-rencontre était proposé aux accros de Facebook, vendredi soir ... histoire de faire connaissance !Seules quelques personnes étaient au rendez-vous apéro de Facebook, ce vendredi à La Bohème... sûrement la faute à un choix d'horaire ...

Le désarroi d'un jeune policier à Athènes
Le Figaro, 22 décembre 2008, 678 mots, (Français)
FAIDON est un jeune Grec de 25 ans. Comme tous ceux de sa génération, il aime le hip-hop et surfe sur Facebook. Mais voilà, il est aussi membre de la brigade antiémeute d'Athènes, les fameux MAT. Aujourd'hui, il se sent un peu perdu. Il ...

Un groupe de soutien sur Facebook
Aujourd'hui en France, 24 décembre 2008, 185 mots, (Français)
LES PÉRIPÉTIES de Julien Dray ne laissent pas les internautes insensibles. Depuis avant-hier, un groupe de soutien a vu le jour sur le réseau social Facebook. Son titre annonce clairement la couleur : « Contre l'exécution médiatique que ...

COULOIRS
Aujourd'hui en France, 24 décembre 2008, 147 mots, (Français)
Dès la fin de son émission dimanche sur RTL, où elle venait d'annoncer la nouvelle carte de réduction de la SNCF, Nadine Morano a reçu un coup de téléphone de félicitation de Nicolas Sarkozy. Et dans la foulée, c'est François Fillon qui a ...

Les Égyptiens pratiquent de plus en plus le boycott commercial
Le Figaro, 24 décembre 2008, 432 mots, (Français)
Les campagnes visant marques et pays occidentaux se multiplient. PLACARDÉE à l'entrée de plusieurs supermarchés cairotes, une affiche prévient les clients qu'ils ne trouveront pas de produit danois en rayon. Dans un grand club social de la ...

Monténégro: les fonctionnaires privés de Facebook et de Youtube au travail
Agence France Presse, 15:06, 24 décembre 2008, 216 mots, (Français)
Il est désormais interdit aux fonctionnaires monténégrins d'accéder aux sites internet de Facebook et de Youtube lorsqu'ils sont au travail, a annoncé mercredi le gouvernement à Podgorica.

Les Égyptiens pratiquent de plus en plus le boycott commercial
Le Figaro, 24 décembre 2008, 422 mots, (Français)

PLACARDÉE à l'entrée de plusieurs supermarchés cairotes, une affiche prévient les clients qu'ils ne trouveront pas de produit danois en rayon. Dans un grand club social de la capitale, des banderoles appellent à se mobiliser contre ...

Droits d'auteurs: Facebook et MySpace suppriment Project Playlist
Agence France Presse, 21:37, 24 décembre 2008, 343 mots, (Français)
Les sites américains de socialisation Facebook et MySpace ont retiré de leurs pages l'application Project Playlist, qui permet de diffuser de la musique sur internet, par craintes de poursuites pour violations des droits d'auteur.

Vie privée, vie publique; Internet
Trends/Tendances, 25 décembre 2008, 1004 mots, (Français)
Andreas Kluth, correspondant à San Francisco de The Economist Avec le succès des réseaux sociaux, tels Facebook, MySpace ou Flickr, tout le monde peut - et veut - exister en ligne. Mais partager son quotidien peut vite échapper à tout ...

Les tops Google 2008
Micro Hebdo, 25 décembre 2008, 119 mots, (Français)
Comme chaque année, le numéro un de la recherche sur Internet publie son palmarès des termes les plus demandés par les internautes. Pour la France, c'est « YouTube » qui arrive en tête des requêtes devant « jeux » et « Yahoo! ». Les plus ...

Facebook est-il un vrai friend ? société
Le Vif / L'Express, 26 décembre 2008, 367 mots, (Français)
Thierry Denoël Les sites sociaux, qui rencontrent un succès considérable, regorgent de pièges en tout genre. Arnaques, virus, menace sur la vie privée, dépendance.

Indépendance 2.0
Le Vif / L'Express, 26 décembre 2008, 335 mots, (Français)
Michi-Hiro Tamaiorums de discussion, Wikipédia, blogs, YouTube et aujourd'hui Facebook : depuis deux ans, l'empire du Web 2.0 s'étend, insatiable. Amenant les internautes à alimenter eux-mêmes le contenu des pages, ce Net participatif gagne ...

TÉLÉGRAMMES Régionales : Couderc n'est toujours pas candidat, mai...
Midi Libre, 26 décembre 2008, 342 mots, (Français)
TÉLÉGRAMMES Régionales : Couderc n'est toujours pas candidat, mais...- Raymond Couderc, le sénateur-maire et président d'Agglo de Béziers, vient de redire dans nos colonnes qu'il n'était toujours pas officiellement candidat en vue de la ...

Ronan, photographe-surfeur autour du monde.
Ouest France, 26 décembre 2008, 511 mots, (Français)
Un sacré coup de pouce pour ce photographe passionné de surf. Son court-métrage, Barravel (1), « tempête » en breton, associe images de surfeurs et humour. Il circule déjà sur Facebook. De nombreux internautes ont été séduits par sa ...

Des milliers de Jurassiens vont adresser leurs vœux via Facebook
Le Progrès, 26 décembre 2008, 573 mots, (Français)
Véritable phénomène de mode sur le web, le réseau social a su séduire les Jurassiens. Les groupes consacrés à la gent jurassienne se multiplient, traditionnels ou originaux

Facebook, le gros réseau social qui monte… et fait débat
Le Progrès, 26 décembre 2008, 377 mots, (Français)
Il y a tout juste un an, une soixantaine de Jurassiens déjà réunis dans le groupe « Proud to be Jurassien » s'étaient retrouvés « en vrai » à Lons. Le groupe, toujours en ligne, est né en septembre 2007 à l'initiative d'un Jurassien ...

Les Jurassiens se (re)groupent sur Internet

Le Progrès, 26 décembre 2008, 78 mots, (Français)
La communauté Facebook - dont ses 2 265 membres jurassiens- s'apprête à envoyer des milliers de messages pour le nouvel an, via Internet. Le plus grand réseau social du monde rapproche, par-delà les frontières, tous les amis d'enfance, de ...

Angoulême: le shérif a ses fans sur le net
La Charente Libre, 26 décembre 2008, 33 mots, (Français)
Sur Facebook, cette gloire locale a près de 4.000 fans. 5

Il était une fois un shérif à Angoulême
La Charente Libre, 26 décembre 2008, 916 mots, (Français)
Il a changé d'uniforme et s'est un peu voûté au fil des années. Un peu moins solide, mais toujours dans la place, arpentant la rue piétonne, les mains derrière le dos, présent encore au circuit des Remparts cette année comme toutes les ...

Les joueurs du LHC doivent aussi se méfier du web
24 Heures, 27 décembre 2008, 379 mots, (Français)
Les temps changent et les moyens de diffusion des informations évoluent. Aux sportifs de s'adapter à cette nouvelle donne. L'apparition du site de réseau social Facebook a rapproché les sportifs de leurs fans. Une demande d'ami et vous ...

www.lesquotidiennes.com
La Tribune de Genève, 27 décembre 2008, 97 mots, (Français)
Natacha vit sur Facebook Une bonne centaine de kilos pour un petit mètre soixante. Natacha, 17 ans, existe à travers Internet. Facebook, c'est sa vie. Elle y surfe plusieurs heures par jour – ça tombe bien, elle est apprentie de commerce. ...

Le Suisse de l'année n'est pas humain. C'est «Farasi», un animal
Le Matin, 28 décembre 2008, 878 mots, (Français)
Qui a été capable de voler la vedette aux banquiers suisses perdant des milliards et aux politiciens qui cherchaient à sauver le pays de la banqueroute? «Farasi», l'hippopotame de 50 kilos né cet automne au zoo de Bâle.

Bagnols Les jeunes se regroupent sur Facebook Pont-St-Esprit Noël a fait les affaires des commerçants Gard La chasse au diamant noir a débuté
Midi Libre, 28 décembre 2008, 63 mots, (Français)
Bagnols Les jeunes se regroupent sur Facebook Pont-St-Esprit Noël a fait les affaires des commerçants Gard La chasse au diamant noir a débuté

La planète Facebook réunit les jeunes Bagnolais
Midi Libre, 28 décembre 2008, 495 mots, (Français)
Internet La planète Facebook réunit les jeunes Bagnolais Nicolas a écrit, le 22 novembre,« Une ville morte ». Quelques jours après, Charlotte répond :

On trouve de tout, sur la planète Facebook, et notamment dans...
Midi Libre, 28 décembre 2008, 382 mots, (Français)
Trente-deux groupes pour discuter de la vie locale On trouve de tout, sur la planète Facebook, et notamment dans les groupes créés par les internautes eux-mêmes. Hier, on en recensait ainsi 32, ayant un rapport plus ou moins lointain avec ...

Julien Dray
Les Echos, 29 décembre 2008, 242 mots, (Français)
« Touche pas à mon pote ! ». Le député PS de l'Essonne avait popularisé la formule en lançant dans les années 1980, avec son copain Harlem Désir, SOS Racisme. Mais force est de reconnaître que le slogan n'est pas repris avec beaucoup ...

Astuces pour glandouiller au bureau

Le Matin, 29 décembre 2008, 458 mots, (Français)
Une étude récente aux États-Unis a montré qu'en moyenne un Américain passait deux heures sur ses huit de travail à surfer sur Internet. En 2006, les Éditions Time avaient même lancé un e-magazine spécialement destiné aux hommes qui ...

«Qui est ce type sur le pont de l'A1?»
24 Heures, 29 décembre 2008, 474 mots, (Français)
«Franchement, je ne sais pas qui il est, déclare une certaine Sarah D. depuis la Californie, mais il me fait presque penser à un tueur de film d'horreur…» Une certaine Lora E. réplique: «Il faut lui faire signe! Cela arrive qu'il fasse ...

ACCROS D'INTERNET Le site américain permet de retrouver des amis et de rester en contact avec eux ou de rejoindre des groupes par affinité...Facebook
Sud Ouest, 29 décembre 2008, 680 mots, (Français)
Rencontre avec deux convertis JULIE MARTINEZ Depuis deux ans, le phénomène Facebook a envahi la France. Ce site Internet de réseau social était à la base réservé aux étudiants américains. Depuis quelques années, il s'est ouvert au reste du ...

«
Sud Ouest, 29 décembre 2008, 39 mots, (Français)
«Sur Facebook, j'ai pu reprendre contact avec des amis que je n'avais pas vus depuis des années »Yoan Dupuy, fan du fameux site Internet et de son vaste réseau (lire en page Grand Périgueux).

T'en penses quoi ?
Micro Hebdo, 29 décembre 2008, 157 mots, (Français)
Un énième réseau social ? Oui… mais qui se démarque de l'incontournable Facebook en jouant la carte de la proximité et des loisirs. La proximité, car il permet de repérer les lieux fréquentés par les autres membres. Les loisirs, car les ...

Project Playlist n'est plus membre de Facebook et MySpace
Les Actualités de 01Net, 29 décembre 2008, 330 mots, (Français)
L'application qui permettait de partager des listes de chansons sur les deux réseaux sociaux a été bloquée sur demande de l'industrie américaine du disque.

Musique en ligne : Facebook et MySpace suppriment Project Playlist
ZDNet FR, 29 décembre 2008, 341 mots, (Français)
Les deux réseaux sociaux ont retiré le widget permettant aux membres de partager des titres musicaux par crainte de poursuites pour violations des droits d'auteur. Project Playlist cherche désormais à conclure des accords avec les maisons ...

La folie Facebook, une mine d'or pour tous les politiciens qui y ont goûté
Le Temps, 30 décembre 2008, 823 mots, (Français)
INTERNET. Le plan communication de Barack Obama a fait des émules en Suisse. Mais quel est le potentiel réel du numéro un des réseaux sociaux en ligne? Et quels en sont les dangers?

Italie: les "fans" des parrains de la mafia choquent sur Facebook
Agence France Presse, 11:27, 30 décembre 2008, 343 mots, (Français)
L'existence sur le site de socialisation Facebook de plusieurs groupes de "fans" faisant l'apologie de la mafia sicilienne et encensant les deux anciens chefs suprêmes de Cosa Nostra ont suscité mardi de vives condamnations de la part de ...

Région
L'Indépendant, 30 décembre 2008, 31 mots, (Français)
Région Facebook : "délires" d'internautes Un groupe propose de réveillonner dans le tram de Montpellier, un autre a organisé un apéritif géant à Perpignan... Florilège.

Réveillonner dans le tramway c'est possible avec Facebook Facebook accueille toutes sortes de groupes. Il y est question de politique, mais aussi de paris fous ou de rendez-vous. Si les internautes sont...
L'Indépendant, 30 décembre 2008, 774 mots, (Français)
Réveillonner dans le tramway c'est possible avec Facebook Facebook accueille toutes sortes de groupes. Il y est question de politique, mais aussi de paris fous ou de rendez-vous. Si les internautes sont passés à côté d'un apéro géant à ...

Formathèque : le salon de Janvier se prépare.
Ouest France, 30 décembre 2008, 314 mots, (Français)
Formathèque, un succès depuis plus de 20 ans. C'est le rendez-vous biennal incontournable en matière d'orientation. On y découvre toute l'offre de formations, du niveau collège à la formation pour adultes. L'année dernière, on a compté près ...

Facebook critiqué pour avoir retiré des photos d'allaitement
Agence France Presse, 21:38, 30 décembre 2008, 313 mots, (Français)
Le site de socialisation Facebook est en butte aux critiques d'internautes qui lui reprochent d'avoir retiré de ses pages des photos d'allaitement de peur qu'elles soient jugées trop osées.

Google : les internautes ne connaissent pas "la crise"
Les Echos.fr, 30 décembre 2008, 539 mots, (Français)
Chaque année, le moteur de recherche Google publie les dix mots les plus demandés sur internet. En tête en 2008, Youtube et Facebook... mais nulle trace de crise financière. Les internautes cherchent avant tout à se divertir.

La Mafia Italienne recrute des fans sur Facebook
The Inquirer, 31 décembre 2008, 227 mots, (Français)
Les Italiens se ruent sur une page de fans de Facebook dédiée aux grands boss de la Mafia.
Les Italiens se ruent sur une page de fans de Facebook dédiée aux grands boss de la Mafia.<!--more--> D'après le canard La Repubblica l'une de ...

Le Père Noël à La Poste
Micro Hebdo, 31 décembre 2008, 198 mots, (Français)
C'est un rendez-vous attendu : chaque année, La Poste met en ligne un site sur le thème de Noël. Les enfants peuvent y trouver une boîte électronique où déposer leur lettre au Père Noël. Et pour les aider à patienter jusqu'au 25 décembre, ...

Donner le sein sur Facebook est contraire aux CGU
Les Actualités de 01Net, 31 décembre 2008, 430 mots, (Français)
Le réseau social a déclenché une mini polémique en supprimant de ses pages des photos de mères en train d'allaiter. Selon ses conditions générales d'utilisation, le sein ne doit pas être visible.

6. Tableau synthétique de l'annexe 5.

	Failles de sécurité	Faits divers pos.	Faits divers nég.	Participation à l'EPP ou sociétal	Mise à jour du service ou de l'entreprise Facebook	Économie & concurrents	Réseaux sociaux appliqués à la marque	Médiation, régulation, vulgarisation, débats sociétaux
résultats avec doublon	7	5	9	9	21	14	16	19
résultats sans doublon	7	5	8	8	13	14	16	19
	Facebook: Cachez donc ce code que je ne saurais voir	« Elle ne doit pas devenir la rue des bars bobo ».	Un candidat du NPD se retire de la course pour des propos tenus sur le Web	Point de mire; Je suis contre!	Facebook prend ses quartiers à Dublin	Étape 7 - Installez des applications supplémentaires	60% des Français connectés à internet à la maison (sondage BVA-Phone House)	Internet et les jeunes: il faut sécuriser
	Possibilité de vol d'identifiant de connexion pour Facebook	Son lycée de Melun la soutient via Facebook	Le cœur du député PDC Guillaume Barazzone est à prendre! On a appris cette...	7000 Canadiens se sont engagés sur Internet à échanger leur vote, mardi	Départ d'un des co-fondateurs de Facebook	Twitter, ou 140 caractères pour raconter sa vie	comScore Publie le Classement des Sites les Plus Visités en France en Aout 2008	Réseaux sociaux; Garde-fous
	IBM propose une suite pour repérer les failles dans les applications web	Les (jeunes) anciens se lâchent sur Internet	Atteinte à la vie privée : les plaintes augmentent	C'est le « rêve » d'un des groupes du fameux réseau social Facebook. Où les...	Facebook fait mordre la poussière à Failbook	Facebook, prochaine victime de la crise financière?	Teamlog drague les geeks sur Facebook	Facebook: des amis à la pelle

Un chercheur démontre la perméabilité de Facebook et Gmail	Urbain; Un amour de maternelle	Facebook et ses méchants statuts	Gagnés par l'obamania, les étudiants découvrent la politique	Facebook revendique 4,1 millions d'utilisateurs actifs en France	Un site web créé à Lausanne récompensé par la TSR	Macy's lance "Ragged Road" sur le web avec Mediaedge:cia	Réseaux sociaux : les bons réflexes à adopter
Web 2.0 et malwares : gérer les risques en entreprise	Fleury - Ils rassemblent les familles sur Internet	Facebook c'est vraiment mortel	SAUVEZ NOS PLAQUES!; FACEBOOK	Facebook s'installe à Paris	Yahoo! ouvre son portail aux développeurs	"Libé" se socialise	INTERNET : MME REDING FAIT CONFIANCE À FACEBOOK ET AUX « RÉSEAUX SOCIAUX »
Facebook à nouveau accusé de propager des malwares		Plainte de F. Dewinter contre de faux profils sur Facebook et Netlog	L'Égypte milite sur le Net	Facebook brille en France	2001, l'odyssée de Google	Méribel : création du "Cristal Connexion"	TÉLÉCOMS : RÉSEAUX SOCIAUX
Alerte BitDefender : Attaques de Phishing sur Facebook		vous êtes en manque d'amour?	La Lijst Dedecker mènera une importante campagne électorale online	EN BREF	FullSix réalise le site événementiel de la Twingo	La dernière liste des plus riches Américains	Sur le site Facebook, l'intimité dilapidée

		Facebookmania: gare aux illusions; CORRIERE DELLA SERAIT / FEDERICO CELLA	Les militants souverainistes sur Facebook	Les développeurs Facebook rencontrent leur idole	« Meetic n'est pas sur le même créneau que Facebook »	Au Royaume-Uni, 22 % des recruteurs utilisent les réseaux sociaux	Facebook, le règne du n'importe quoi!
				CLES	Geoservices en campagne avec ORC	Le site communautaire Facebook, dont la version française a été lancée en mars,...	La vie des autres
				Clés	Yahoo! va annoncer réductions de coûts et suppressions d'emplois	Openwave lance son service Mobile Analytics ; Mobile Analytics d'Openwave(®) permet aux	Comment (ré)agir face à Facebook?
				Connexions En Bref	LinkedIn ne connaît pas la crise	Chelsea veut être la marque de football la plus connue en 2014	TÉLÉCOMS : RÉSEAUX SOCIAUX

				Des gadgets pour Facebook	nouvelles technologies; Seconde vie pour Second Life	Facebook; « Nous ne sommes qu'au début de l'histoire »	T'es de Nancy ? Point chaud
				Facebook change de culture pour s'adapter à la crise	Les pionniers de l'Internet sont à la peine	Les DRH boudent les réseaux du Web	Pourquoi je suis partie...
					Extrafoot, le Facebook des supporters; C'est du Net!	Ferrero veille sur ses fans	Pourquoi je reste...
						Cybergourou d'Obama; Chris Hughes	Protection des données : une norme internationale nécessaire
						Capitalisme dur et régulation souple	Semaine Educ Média au Collège international Marie de France
							Du multimédia à l'ubimédia

							Soyons honnêtes: sur les doigts d'une main, vous en avez combien, vous, des...
							AIR DU TEMPS

7. Les dispositifs identitaires en mode binaire

Critères en mode binaire	Exemples	Admin. / Gestion	Santé	Entreprise	École	Marché	Web
individuel / global, selon que le dispositif identitaire (DI) concentre la production de données personnelles (DP) dans un document soumis à la responsabilité de son titulaire ou la concentre dans un registre	Individuel	CNI, Passeport, carte d'électeur, fiche individuelle des fichiers de police	carte Vitale, DMP, Carnet de santé	carte de visite, CV, bulletins de paie, contrat de travail	bulletins scolaires	CB, chèque, compte bancaire (RIB)	courrier électronique, pages perso, profil de RSN
	Global	RNIPP, FAR, Recensement	Liste des personnes à risque, Fichier des assurés sociaux (RNIAM)	BDD des salariés, des clients	évaluations nationales	BDD commerciales de type xAxis, FICOBA, Fichiers « Banque de France »	Graphes sociaux traités par Facebook Data team ou LinkedIn (BigData)
immuable / caduque, selon la pérennité de l'identité ou des DP produite par le DI	Immuable	NIR	carnet de santé	Bulletins de paie	N°INE, Titres, diplômes	Historique d'achats	DP enregistrées sur serveur (théoriquement) / navigateur (historique de nav.)
	Caduque	Selon la durée de conservation des DP		Statut	Rang	CB, chèque, compte bancaire (RIB)	Adresse IP, avatar, pseudo, profils, statuts, messagerie instantanée

saisie unique / multiple des DP	Acteur unique		médecin référent (depuis le parcours médical coordonné)	Employeur	Copie d'examen suite à la correction par l'enseignant		titulaire (saisie en mode endogène)
	Acteurs multiples	Off. de Police, OPJ, Off. d'État-civil	équipe médicale	Service des ressources humaines	BE1D (directeur d'établissement puis Rectorat), équipe pédagogique	Réputation, Agents de réseau commercial	internautes (e-réputation en mode exogène)
Encadrement des données collectées	limité	Toutes les données collectées par des organismes français (ou européens) doivent être conformes à loi de 1978 Informatique et libertés ou à la directive 95/46/CE					
	illimité					Les propriétaires des DI (ou des DP) se situent dans des juridictions différentes que celle du titulaire (notamment USA-Europe : le cadre de coopération et de protection Safe Harbor n'est pas encore validé par les deux parties))	

anonyme / nominatif, selon que le DI traite les identités de manière nominative ou anonyme	Anonyme	Recensement national	Secret médical, statistique de la veille sanitaire	Projet de CV anonyme, Chatham House Rule	Évaluations nationales	Statistiques commerciales (zone de chalandise à partir du code postal uniquement)	Compte Anonymous de 4chan, adresse IP, certains comptes de courrier, certains types d'hébergement (WHOIS impossible), profils de certains jeux en ligne. Toute identification en ligne avec pseudonyme
	Nominatif	Tous les fichiers de police	DMP, Carte vitale, carnet de santé	Bulletin de paie, contrat de travail, CV, carte de visite	Bulletins, diplômes, dossier scolaire	Carte de fidélité, tout achat avec un moyen de paiement non fiduciaire	Achat en ligne, toute identification en ligne en nom propre
sas / moniteur, selon que le DI régule les entrées et sorties ou les productions à l'intérieur d'un espace	Sas	Douanes, scanner, enquêtes de moralité	Diagnostic médical, Liste des personnes à risque, liste du personnel autorisé (pharmacie)	CV, entretiens d'embauche. identifiants pour Syst. information, entrepôts, zone confidentielle	Biométrie pour rentrer dans les cantines Bulletins, diplômes, dossier scolaire	Caméras, Biométrie, Codes, Carte de membre (modèle du club : ventes privées, etc.)	formulaire d'identification (login), Procédures d'authentification
	Moniteur	DCRI,	Tous les appareils de monitoring attachés au patient	indicateurs de performance	Bulletins, diplômes, dossier scolaire	Tableaux de bords, historique d'achat	Tableau de bord, Timeline, cellule de veille, alertes

							sur mot-clé (identité)
Agent humain / logiciel ou matériel, selon que le DI confie la collecte ou le traitement des DP à des agents humains ou à des agents logiciels	Humain	Agents des services publics	Personnel médical	Cadres, resp. hiérarchiques	Équipe pédagogique	Force de ventes, agents commerciaux	internautes, titulaire, indicateurs réputationnels d'eBay
	Logiciel	Caméras de surveillance, GPS, traceurs, scanners, biométrie, token d'authentification, clé cryptée					
			scanner et autre appareillage médical	Syst. de veille automatisée	BE1D, logiciel de gestion des élèves ou de surveillance des salles d'informatique	CRM	algorithmes de Google (PageRank et al.), Facebook (EdgeRank), Twitter, Indice de Klout, etc.
Responsable public / privé du DI	Public	Ministères de l'Intérieur, de la Défense, des Transports + CNIL, G29	Ministère de la Santé	Agence Nationale de Sécurité des Systèmes d'Information	Ministère de l'Éducation nationale		.gouv.fr
	Privé	TMG identifie les contrefacteurs pour l'HADOPI, Thales, Gemalto et Oberthur produisent les supports des titres sécurisés. Voir les industries de la certification de l'identité et de la réputation (ICIR) en IIème partie					
			cliniques			toutes les entreprises	tout le reste du web
Respect des finalités affichées du DI, selon l'exploitation faite des DP	Oui	Difficulté d'établir l'intentionnalité des propriétaires des DI, la robustesse des systèmes électroniques ou informatiques ou les traitements réalisés sur les DP					
	Non	Si exfiltration des DP			spam		

8. Les dispositifs identitaires en mode multiple

Critères en mode multiple	Exemples	
registre seul / registre avec titre / titre sans registre, selon que le dispositif apparie ou non l'enregistrement (ligne de registre ou fiche individuelle) avec un titre remis au titulaire	Registre seul	Canonge, EDVIGE, la plupart des fichiers de police, de banque, des impôts (mais pas d'administration)
	Reg. avec titre	Fichier TES : titres électroniques sécurisés (passeport, permis de conduire, CNI) Fichier national des permis de conduire (FNPC)
		FAED (empreintes digitales) et FNAEG (empr. génétiques) sont un cas particulier où le titre est un attribut corporel
	Titre sans reg.	carte de visite
Mode de traitement des DP	Calcul	Recensement et statistiques
	Comparaison	Algorithmes de recommandation, requêtes de restriction et procédures d'authentification
	Agrégation	Fichiers, historique, livret, CV, bulletin, carnets, empreinte numérique
Consultation (par un tiers) des données personnelles selon les règles du dispositif et les pratiques des agents	Préservée (avec tiers autorisé)	Dans l'absolu, tout syst. à base de DP Cadre privatif
	Poreuse (avec tiers non autorisé)	STIC avant exfiltration par le commandant Pichon et autres fuites ; Idem pour JUDEX
	Ouverte à tous	Empreinte numérique accessible en ligne
Droits du titulaire selon les règles du dispositif et les pratiques des agents	Information	Tout dispositif déclaré à la CNIL
	Accès	
	Rectification	
	Suppression	
Identité de l'opérateur	Mode de saisie endogène : le titulaire	CV
	Mode de saisie exogène	Tout autre DI (avec opérateur humain ou logiciel)

Niveau de proximité des données personnelles, selon la façon dont le dispositif apparie le titulaire et ses données	Nulle	
	Incorporation	tatouage (esclaves, camp de concentration)
	Uniforme	Tout soldat, policier (hors inspecteurs en civil), personnel hospitalier, pompier. Tout agent commercial en moyenne ou grande distribution
	Médiatisation	Tout support d'identité (cartes, badges, etc.)
	Informatisation	Toutes données personnelles numérisées

9. Tableau de comparaison EDVIGE/Facebook

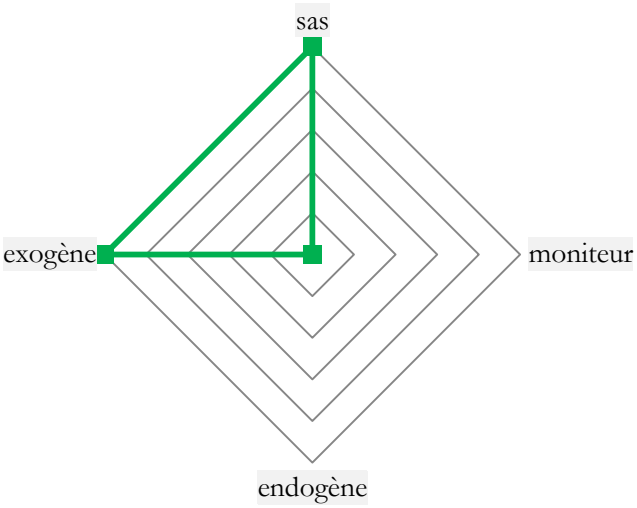
	EDVIGE	Facebook
individuel / global	registre global avec fiche individuelle	
registre seul, avec titre, titre sans registre	au sein de la population française, et sur la base d'un repérage par les agents de la DCRI, ou dans le cas d'une enquête de moralité	sur la base du volontariat (sauf très rares exceptions), et sur une population mondiale ayant accès au web
immuable / caduque	immuable	
	Caduque selon le texte de loi : les données sont conservées 5 ans après leur enregistrement. Cela ne veut pas dire que la fiche est supprimée. Cela peut signifier aussi que, dans la pratique, les données sont remises à jour avant l'échéance	Il n'y a pas de droit de suppression sur Facebook, seulement une désactivation. Facebook part de l'hypothèse qu'un internaute peut regretter son geste et vouloir revenir. Ainsi, toutes les informations sont conservées dans les serveurs de

Droit d'info / accès / rectification / suppression par le titulaire	Droit d'accès uniquement (n°2008-632 : art. 5).	
DP anonymes / nominatives	nominatives	
		s'il est contraire aux usages premiers, et aux règles d'usage en vigueur, le pseudonyme tend à être de plus en plus utiliser. Celui-ci cependant est partagé avec les amis, il ne s'agit donc pas d'un anonymat stricto sensu
sas / moniteur	sas	
	Nécessaire dans les enquêtes de moralité (finalités 1 et 3, n°2008-632 : art. 1 ; EASP)	Fonctionne comme un sas dans la mesure où les fonctionnalités permettent de filtrer les amis et les indésirables, de même que dans la pratique avec des comportements comme la mue, le lièvre, et la bedroom culture (voir plus loin les travaux de boyd ou Livingstone)
	moniteur	
	Nécessaire pour la préservation de l'ordre public (finalité 2, n°2008-632 : art. 1 ; PASP)	Fonctionne comme un moniteur, voire comme un panoptique, dans la mesure où sur le Mur (appelé aussi la Timeline, aujourd'hui Journal) l'internaute peut suivre les productions éditoriales de sa liste d'amis (hypothèse n°1 de la surveillance mutuelle)
opérateur humain / logiciel	humain	
	Pas d'information, mais a priori opérateur humain (les agents de police, justice et renseignement sur le terrain ou compilant les données provenant d'autres fichiers : il est possible que des alertes ou des systèmes de type push alimentent les autres fichiers de police)	Pour l'essentiel, opérateur humain : le titulaire et les membres de la liste d'amis. Toutefois, l'interface de Facebook (et les applications-tierces) affiche et met en forme des données à partir de la saisie opérée par les internautes. Voir plus loin ce que Fanny Georges appelle le Système et l'identité calculée (Georges, 2007)
calcul / comparaison / agrégation	agrégation	
	Les fiches individuelles retracent l'historique des déplacements et rencontres	Les productions éditoriales s'agrègent sur la Timeline
	calcul	
	Il n'est pas possible de savoir si des opérations de calcul statistique sont réalisées à partir des données collectées	Les données saisies donnent lieu à calcul (du nombre d'amis, de productions, d'interactions)
	comparaison	

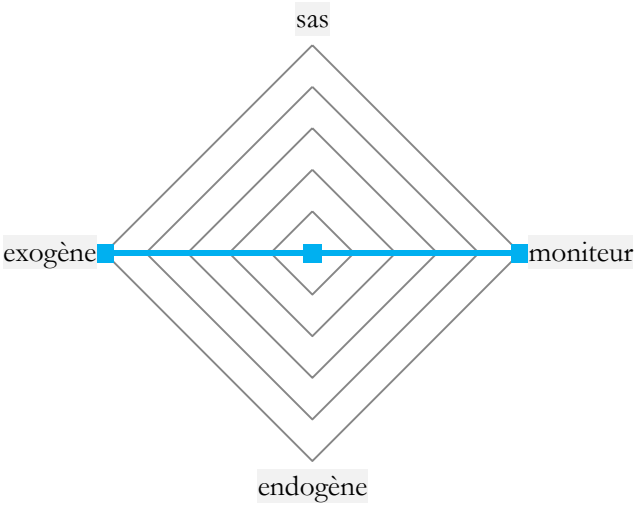
	Il n'est pas possible d'opérer des requêtes de restriction (afficher toutes les fiches ayant un critère en commun)	Moteur de recommandation des amis et des publicités
public / privé	public	privé
respect des finalités oui / non	oui, mais…	
	Finalité administrative (EASP) et sécuritaire (PASP) Pour l'heure, les fichiers EASP/PASP ne semblent pas avoir été utilisés à d'autres fins (discriminatoires ou politiques), que ce soit du fait des responsables ou des agents.	Finalité affichée de socialisation Pour l'heure, Facebook n'aurait toujours pas partagé sa base de données, et s'il l'a fait avec des partenaires (Spotify), c'est avec l'accord (parfois implicite) des abonnés Il n'est pas possible de savoir si la finalité profonde du dispositif est de produire des formes de valorisation marchande (au vu des agissements de son fondateur Mark Zuckerberg, qui ne reflète pas les mêmes motivations que son service financier ou ses partenaires au capital)
consultation par un tiers préservée / poreuse / ouverte à tous	Préservée	
	Pour EASP et PASP, les agents consultant les fichiers sont identifiés et l'objet, la date et l'identité du consultant sont conservés pendant 5 ans (ce n'était pas le cas d'EDVIGE : cet ajout suit l'avis de la CNIL et les affaires d'exfiltration de STIC et JUDEX)	Depuis avril 2010, les profils et les productions sont par défaut rendus public (seuls quelques éléments étaient publiés avec ce statut précédemment. Source : <mattmckeon.com/facebook-privacy>. Dans la pratique, les stratégies de confidentialité mises en place par les usagers (observés) tendent à une préservation du cadre privatif en ligne (voir chapitre 3).
niveau de proximité : incorporation / uniforme / médiatisation / informatisation	Les DP sont informatisées, elles sont publiées avec une mise en forme spécifique, accessible sur différents supports	
	Nulle (informatisation)	Totale (quasi incorporation)
	Comme les données et leur consultation sont l'apanage des agents de police, justice et renseignement, la proximité avec le titulaire est nulle (il n'est même pas informé de l'existence de sa fiche)	Notre hypothèse n°2 est justement que les conventions sociales en vigueur sur les réseaux socionumériques correspondent à celles valables dans d'autres espaces sociaux, et que ces normes sont incorporés par un processus lent d'éducation (Elias,)

10. Comparaison EDVIGE-Facebook par les modes endogène/exogène et les fonctions sas/moniteur

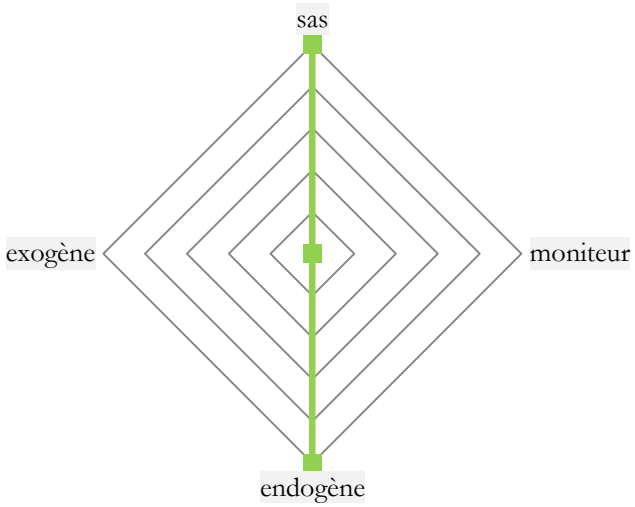
Sas exogène : le DI filtre les entrées et sorties de son espace par la délivrance et le contrôle d'identités
Exemples : les douanes, EASP, système de filtrage à l'entrée d'espaces (Syst. d'information de Schengen)



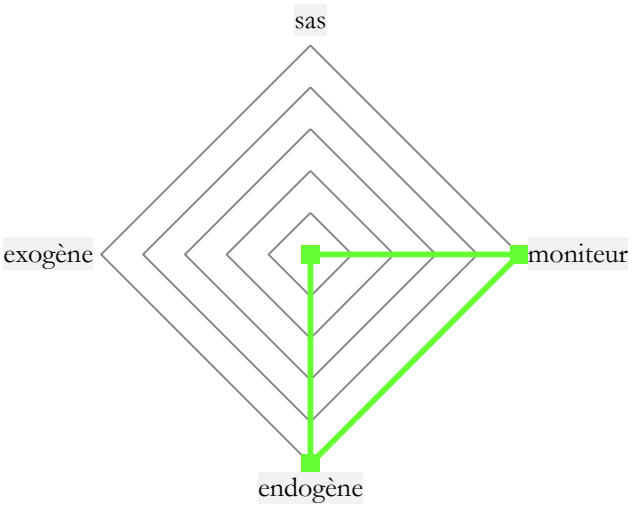
Moniteur exogène : le DI surveille les productions à l'intérieur d'un espace en identifiant leurs auteurs
exemple : tout ce qui appartient au contre-espionnage (espace intérieur) et à l'espionnage (espace extérieur), tout système de veille (non endogène : les fichiers sur les ressortissants étrangers), les cellules de veille sur l'e-reputation, PASP



Sas endogène : le DI filtre les entrées et sorties dans l'espace du sujet
Exemples : les identifiants choisis par le titulaire, les systèmes d'alarme du domicile

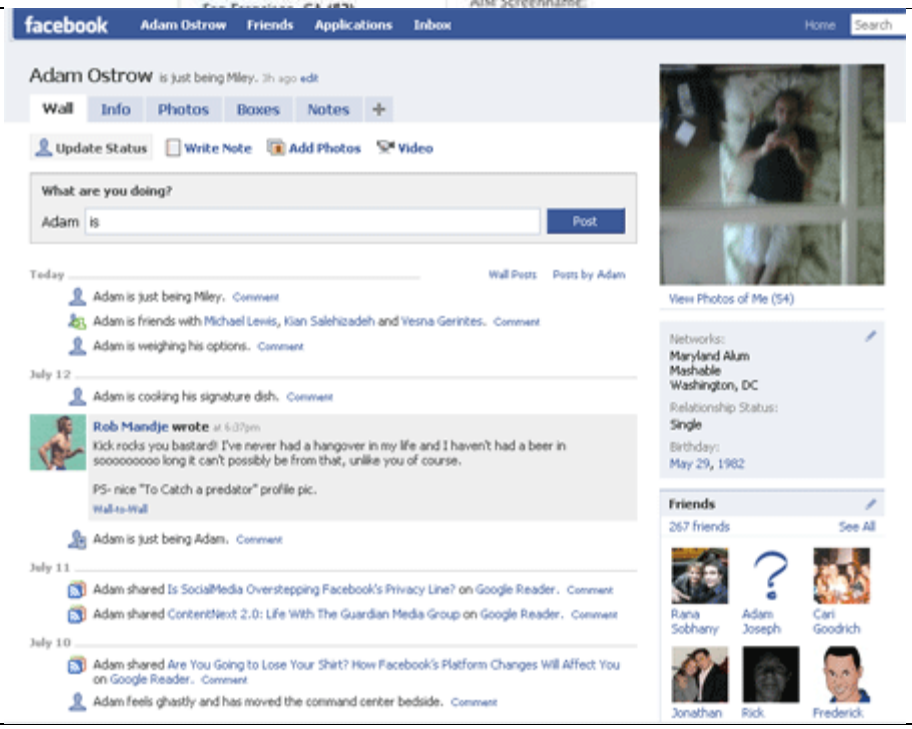


Moniteur endogène : le DI produit et surveille les données personnelles qui composent son identité.
Exemple : tout système de veille endogène (statistiques de fréquentation de son site, son profil)

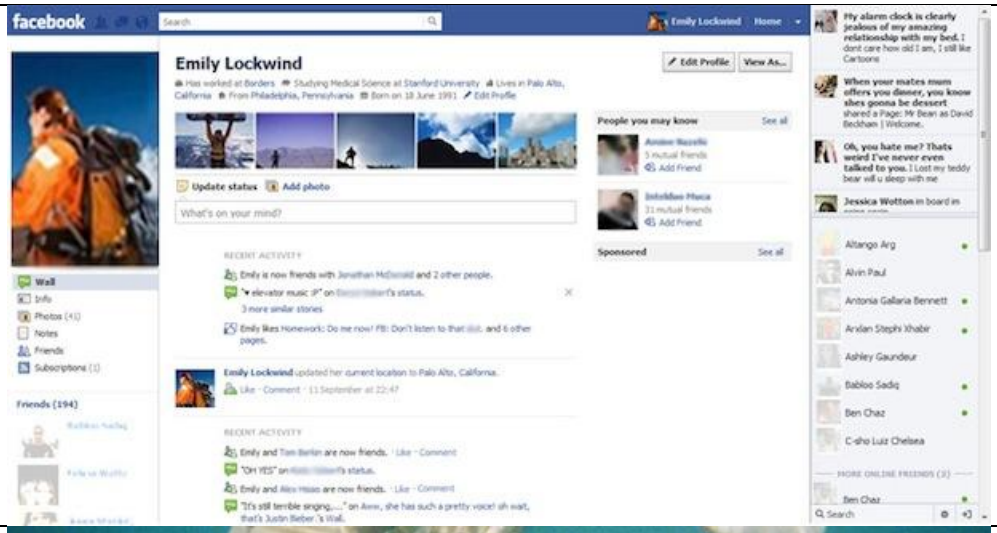
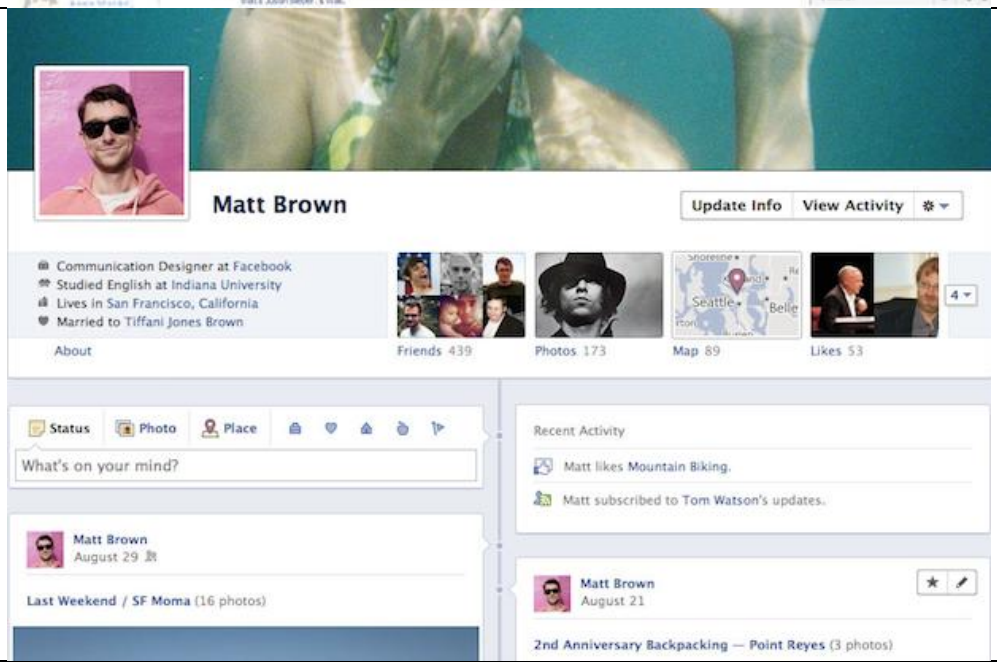


11. Évolution du design de Facebook

création	
2006 Profile	

2006 Mini-Feed	
2008 Statuts Applicati on	

2009 Pages	
2010 3-column design	

2011 Ticker (aka Stalker bar)	
2011 Timeline	

12. Les cookies d'Heidi

17/01/2011, 08h00
Création du profil 'Heidinum' sur la machine (équipée de W7)
Création du profil 'Heidinum' dans Firefox (3.6)
Consultation des cookies :
google.fr
google.com

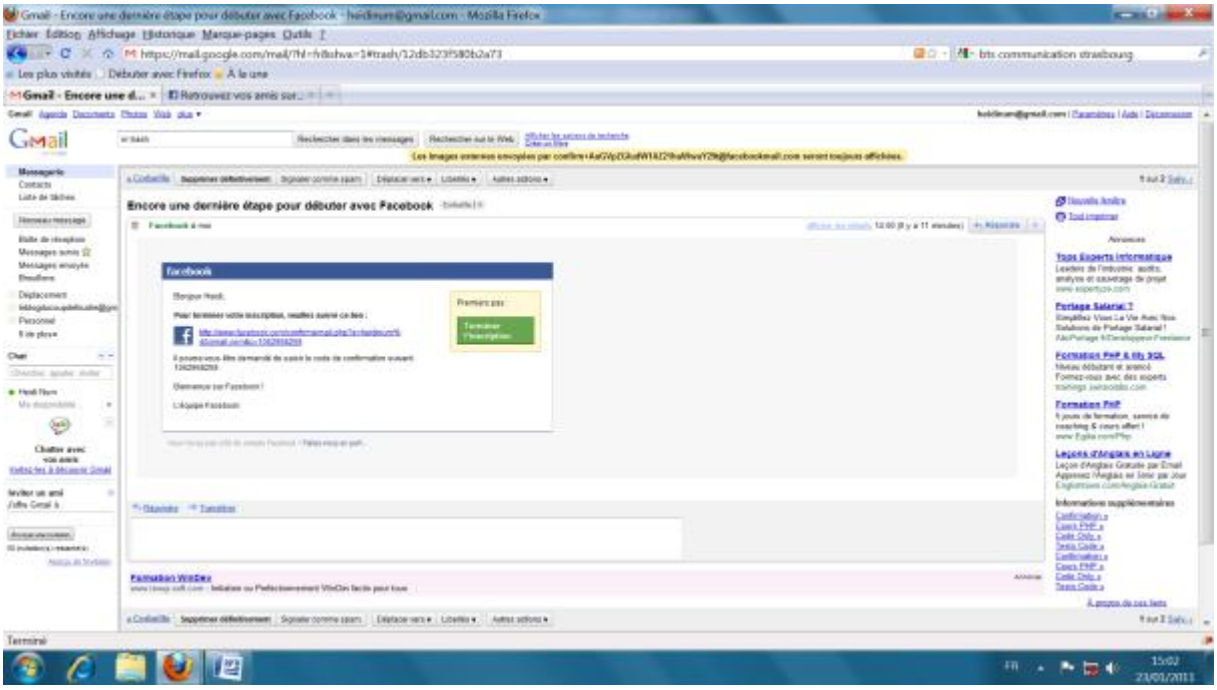
22/01/2011, 14h40
Création des comptes Facebook, Twitter, Google, LinkedIn et Viadeo
Heidi Numsberger, 28 ans (13/05/1982), relations publiques freelance à Strasbourg ; décide de démarrer une nouvelle vie.


```
{
  "id": "100001982354948",
  "name": "Heidi Numsberger",
  "first_name": "Heidi",
  "last_name": "Numsberger",
  "link": "http://www.facebook.com/heidi.numsberger",
  "birthday": "05/13/1982",
  "gender": "female",
  "timezone": 1,
  "locale": "fr_FR",
  "verified": true,
  "updated_time": "2011-01-23T13:57:01+0000"
}
```


Recherches Google sur les lycées et centres de formation à Strasbourg.
http://fr.linkedin.com/pub/heidi-numsberger/27/11/539
http://www.viadeo.com/fr/profile/heidi.numsberger
http://twitter.com/heidinum

Photo de profil

Publicité Gmail



Demande de mise en relations avec des clubs, maison de productions musicales, cinémas et associations culturelles de la région Strasbourg-Alsace.
Installation de 2 plugins Firefox : Annd n Edit Cookies et Better Privacy

Liste des cookies installés (après installation du plugin Export Cookies):

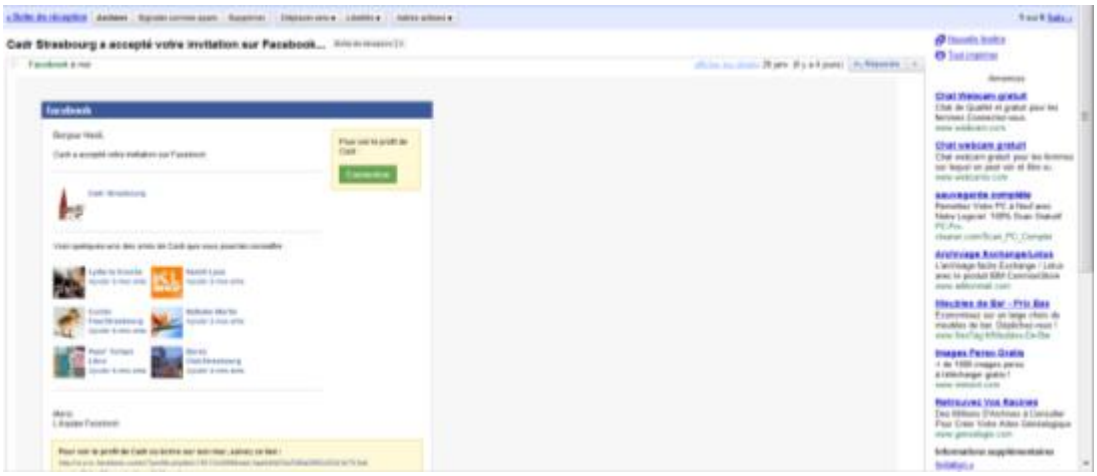
.twitter.com	__utmv	43838368.lang:fr
.twitter.com	__utmz	43838368.1295789899.1.1.utmcsr=(direct) | utmccn=(direct) | utmcmd=(none)
.twitter.com	__utma	43838368.1746114600.1295789899.1295789899.1295789899.1
.twitter.com	k	82.216.251.161.1295789893161896
.weboramа.fr	wbo_temps_reel	
ad.yieldmanager.com	uid	uid=dc05dd14-26f6-11e0-965b-001ec9b3b4a7&_hmacv=1&_salt=756086505&_keyid=k1&_hmac=344384b1b11359c3f4358bab884cd91670603181
ad.yieldmanager.com	bh	"b!!!!#!!jyG!!!!#<jx.3"
support.microsoft.com	.ASPXANONYMOUS	2w4tppnxywEkAAAANjZhNmY3MTUtNmZmZS00MzJlLTk0YTAtYzExZDQyMjA5ZWQwsB_PykSO8tt--6GmqIZWmNT_kmQ1
.lyceecassin-strasbourg.com	__utmz	137603885.1295790693.1.1.utmccn=(organic) | utmcsr=google | utmctr=strasbourglyc%C3%A9e | utmcmd=organic
.lyceecassin-strasbourg.com	__utmb	137603885
.lyceecassin-strasbourg.com	__utma	137603885.1272536882.1295790693.1295790693.1295790693.1
api.twitter.com	guest_id	129578999101578199
.flickr.com	localization	fr-fr%3Bfr%3Bfr
.flickr.com	BX	dl27ftl6jocno&b=3&s=2d
.statcounter.com	is_unique	sc3268313.1295792042.0
.iscom.fr	__utmz	4018216.1295790842.1.1.utmcsr=google | utmccn=(organic) | utmcmd=organic | utmctr=btscommunicationstrasbourg
.iscom.fr	__utmb	4018216.3.10.1295790842
.iscom.fr	__utma	4018216.1461949313.1295790842.1295790842.1295790842.1
.google.fr	HSID	AwTq5tBmgSHEMmtuJ
.google.fr	SID	DQAAAJgAAAB3KmjC7oIdmMEreyuPjMabdEv1lRZ_wY9OV-kllC_9aCaq9nr6cI0u_rBMhwQzosRMbE65lO6KZsvI6U2Eyujf-pjVp3-UwnREdvRrhxP07AI1K_DNzHlJ8tOry0MnOBcRfOE0Jc7GGsWBb8NP6e3ep5_vtruE2LZC7gsY37YZx7xpyaJQ5ZsiGZVPM4WxNYpgvO3_LEP_7H34ud9aqSKW
.google.fr	SNID	43=VJfNEOgKdVf_fVMhwW8GK3oR7R8yXlQgaK0AeRE=dnHtpfkWSAAcwAo0
.google.fr	NID	43=RVssJITj3DjWj4UPIkc4w2qqjbETpcV2F45VICrEJY1hQtaK8fywlHCnDwMcKoW5GPaioohP0J1IyoB3aD7uoBJPihP8W2zMMN106r4unEhsBOhqYjB5xLVy6WhRRc-E
.google.fr	PREF	ID=c4c0de738520e8c0:U=00bfd492fc82b6bb:FF=0:TM=1295789881:LM=1295790646:S=AquS8IyiDTUv133-
noscript.ne	c	9

t		
.google.com	SSID	AuBVem6ThlK9BuzpE
.google.com	HSID	AwbftgrEmgXJ_sVH-
.google.com	SID	DQAAAJgAAAB3KmjC7oIdmMEreyuPjMabdEv1lRZ_wY9OV-kIlC_9aCaq9nr6cI0u_rBMhwQzosRMbE65lO6KZsvI6U2Eyujf-pjVp3-UwnREdvRrhxP07AI1K_DNzHlJ8tOry0MnOBcRfOE0Jc7GGsWBb8NP6e3ep5_vtruE2LZC7gsY37YZx7xpyaJQ5ZsiGZVPM4WxNYpgvO3_LEP_7H34ud9aqSKW
.google.com	PREF	ID=cd03d907f4f963c3:FF=0:TM=1295790107:LM=1295790665:GM=1:S=YM4Ozcu1s6XsscJi
www.google.com	GAUSR	mail:heidinum@gmail.com
www.google.com	LSID	mail|s.FR:DQAAAJwAAACe7DQb9xuEcBhL9tJc-x8KNnN4VTlOMMBTw9qDCkjemrenqoYGLHbwbzabY3GwEq9TW45_ZVSKAYqNngznqAgC5psgmbS7nWstVu9-_6Fn_oB771A7NeQePyBgrK-xVbQDhiruU2bVgwXj-ZihAGKW8jQGK4o7Hiciw_DLVHfAqjOOke5FFzCh3i95txTQamIDOLgkkeAFk0kFkaKSakx2
.aus2.mozilla.org	aus2a	82.216.251.161.1295790479.6887
m.webtrends.com	ACOOKIE	C8ctADgyLjIxNi4yNTEuMTYxLTM0NzYyNTM3MTIuMzAxMjg5MDMAAAAAAAABAAAAeQEAALU3PE20NzxNAQAAABUAAAC1NzxNtDc8TQAAAAA-
.mozilla.org	dloadday	82.216.251.161.1295792273255983
.mozilla.org	wtspl	728140
.mozilla.org	WT_FPC	id=2a0555d57ab94e5d5a01295759540360:lv=1295759572968:ss=1295759540360
.cidj.com	__utmz	162430510.1295790821.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=professionrelationspubliques
.cidj.com	__utmb	162430510.1.10.1295790821
.cidj.com	__utma	162430510.671582763.1295790821.1295790821.1295790821.1
.facebook.com	lu	QA_qaOCvpwoDpdfL_gmaRgkw
.facebook.com	locale	fr_FR
.facebook.com	datr	rTE8TWF5oVP8f5dRjkoNkPH6
.imrworldwide.com	IMRID	TTwvU6wVaBMAAGtm0pw
.imrworldwide.com	V5	AStfNj0DPjpUFT8VCiIjIy4AJV8SFVInHIIerw__
www.linkedin.com	visit	M
www.linkedin.com	leo_auth_token	"LIM:92588733:a:1295789965:18a6c08c8041aedcf77cc65cf0cc69721d96da81"
www.viadeo.com	mwbSplashScreen	23
.lycee-jean-rostand.fr	__utmz	3493805.1295790687.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=strasbourglyc%C3%A9e
.lycee-	__utmb	3493805.6.10.1295790687

jean-rostand.fr		
.lycee-jean-rostand.fr	__utma	3493805.590018474.1295790687.1295790687.1295790687.1
.microsoft.com	MC1	GUID=2dc6d05478414c2996d1bf4cfca9c36b&HASH=2dc6&LV=20111&V=3
.microsoft.com	msdn	L=1033
.stackoverflow.com	__utmz	140029553.1295791902.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=howtolistcookies
.stackoverflow.com	__utmb	140029553.1.10.1295791902
.stackoverflow.com	__utma	140029553.1076882389.1295791902.1295791902.1295791902.1
.stackoverflow.com	__qca	P0-1744245710-1295791901850
mail.google.com	gmailchat	heidinum@gmail.com/368285
.2o7.net	s_vi_bx7Cx7Cx7Bx60ax60ex7Cx7Cx60lfnc	[CS]v4|269E1BDB05159CE1-40000171801B701B|4D3C37B5[CE]
twitter.com	js	1
twitter.com	guest_id	129578989316527729
.cdxcf.info	__cfduid	dc15a27642eec5565b8564c2e367fe1281295790465
.quantserve.com	mc	4d3c2f54-267a2-16e05-42cc0
.yahoo.com	B	763su7l6jocnq&b=3&s=59
.doubleclick.net	id	c00e537320000db||t=1295790019|et=730|cs=zvuv4esd
social.answers.microsoft.com	.ASPXANONYMOUS	4DHnRtnZzAEkAAAAM2JlNWQ4ZmYtOWViOC00OWQ0LWIwNTktMzlmNDZkMGZiM2My-xrnTV7EMp4dHXn3TLy0dM-NxmU1
.linkedin.com	_lipt	0_EGlhf8gGLpN07UQwNv-qN2BgeAiMokZ_o0BomsivvYmuVkzbWoUGsOStsy1ePKD1mPW4vzYUyXQ6AS-3JRXpS4uO99JxoVZOEqCWI1moT-vpAo4lLHUNg9PELqd_dNVHWFJU1CdkrYUm85-NFtJcB4Wu62xctCPGLZ3r4XlqGZpWt8l8jcAxXWYcGGR_LpCp5PDYKKG7RZlKXUmjAxnHVf21mFKThSygnvf021ySJXaFZW9cRaCof7Nyg5tijhjl
.linkedin.com	_leo_profile	"u=92588733"
.linkedin.com	__utmv	23068709.guest
.linkedin.com	__qca	P0-1616408684-1295789909356
.linkedin.com	__utmz	23068709.1295789908.1.1.utmcsr=(direct)|utmccn=(direct)|utmcmd=(none)
.linkedin.com	__utma	23068709.1004687762.1295789908.1295789908.1295789908.1
.linkedin.com	bcookie	"v=1&a2947f97-d178-49d3-839b-03b1119f5694"
www.payp	Apache	10.191.114.145.1295792084431544

al.com		
www.cidj.com	OAID	d496d4d83713b564e5db3ad79ac9a248
.scorecardresearch.com	UID	12ccee5-80.236.32.168-1295789908
statse.webtrendslive.com	ACOOKIE	C8ctADgyLjIxNi4yNTEuMTYxLTIzNTE2MDM3MTIuMzAxMjg5MDMAAAAAAAABAAAAm/IAAGQ3PE1ENzxNAQAAAK1OAABkNzxNRDc8TQAAAAA-
.viadeo.com	stayConnected	00816reh9tx1ftz8
.viadeo.com	rememberMe	003xqui7fu9pmd3
.viadeo.com	autoReconnect	1
.viadeo.com	__utma	1.1379225076.1295789913.1295789913.1295789913.1
.smartadserver.com	pbwmaj5	y
.smartadserver.com	pbw	%24b=12036%3B%24o=11061%3B%24sh=6%3B%24sw=6
.smartadserver.com	TestIfCookieP	ok
.mail.google.com	GX	DQAAAJoAAACe7DQb9xuEcBhL9tJc-x8KNnN4VTlOMMBTw9qDCkjemrenqoYGLHbwbzabY3GwEq_bs8k2c_mhgS81Hjm5oLQe6tM3qlBREuI6LhQIJTePPowSunqjIILR2O6lMxp-ZC6lO4tu2_ejkXSgP8BfK539a80WJFV4Sr2-HhFnFiQh9WXqgYi854wpuNwoGWMZytHTLBVhErm8Z1Tkgdu-CD2v
.collective-media.net	cli	11dd6dd70407388
fr.linkedin.com	visit	G

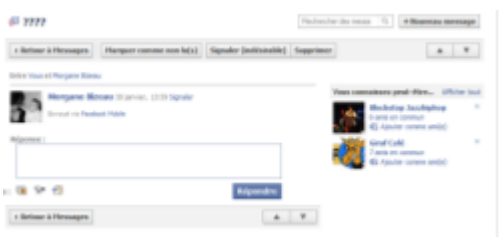
30/01/2011, 13h46
Sur les 10 friend request de la semaine précédente : 8 acceptations (surtout des clubs et groupes de musique, 1 individu uniquement).
20 Friend request auprès de leurs amis.
Pas de lien entre profil facebook et publicité dans Gmail



3 messages distincts lors des friend request

Réglage de confidentialité (recommandé par Facebook)

18 min. après une sollicitation, 1 personne s'interroge



Pour bénéficier d'un nom d'utilisateur (vanity url) facebook.com/heidi.numsberger, j'ai dû donner mon n° de tél mobile pour être certifié. J'ai modifié les réglages de confidentialité pour que personne n'ait accès à mon n° de mobile.

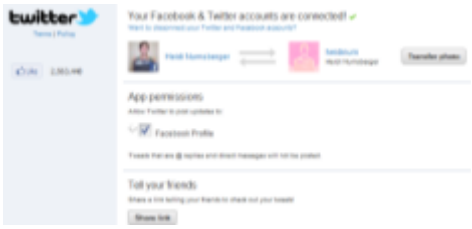
Mise à jour profil Twitter, + abonnements aux RT de mes abonnements. Ratio de 73 abonnements pour 6 abonnés.

Je m'inscris à Amazon avec l'adresse heidinum+amazon@gmail.com (traçabilité des spams)
Tentative d'inscription à Fnac, La Redoute et eBay et Vente-privee, mais demande d'informations postales.
Lien de confirmation Amazon dans Gmail + Pubs

14h42 : deux acceptations FB dans ma BàL(2 hommes) et 1 demande : « ??? » (1 femme)

Dans la chatroom de FB, ce message

Interconnexion Twitter et Facebook



Liste des cookies en fin de session

www.maximumvoltage.net	1327932078	maxvoltgdl_data	a:2:%7Bs:11:%22autologinid%22%3Bs:0:%22%22%3Bs:6:%22userid%22%3Bi:-1%3B%7D
www2.smartadserver.com	0	ASPSESSIONIDCQCTQBDS	FLKGOLKCNDMPKDCMDHKOMAIK
www2.smartadserver.com	0	sasd	%24a=38t%3B%24cn=FR%5FB9%3B%24isp=105%3B%24qc=1310520890%3B%24ql=medium%3B%24qpc=38000%3B%24qpp=0%3B%24qt=184%5F597%5F42257t
.accessoweb.com	1312163078	__utmz	250129430.1296395078.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=twittersurfacebook
.accessoweb.com	1296396880	__utmb	250129430.2.10.1296395073

.accessoweb.com	1359467080	__utma	250129430.1338573319.1296395073.1296395073.1296395073.1
.spawnrider.net	2147385600	__qca	P0-679620480-1296395154898
.spawnrider.net	1312163158	__utmz	184739691.1296395158.1.2.utmccn=(organic)|utmcsr=google|utmctr=twitter+synchroniser+facebook|utmcmd=organic
.spawnrider.net	1296396958	__utmb	184739691.1.10.1296395149
.spawnrider.net	1359467158	__utma	184739691.1733245423.1296395149.1296395149.1296395149.1
.twitter.com	1296999527	k	82.216.251.161.1296394725348239
.twitter.com	1927545744	auth_token	1f56c9042b1eaf04215b4a25953d973e94f1fd83
.twitter.com	1296397976	__utmb	43838368.43.10.1296393740
.twitter.com	1359468176	__utmv	43838368.lang:fr
.twitter.com	1311557900	__utmz	43838368.1295789899.1.1.utmcsr=(direct)|utmccn=(direct)|utmcmd=(none)
.twitter.com	1359468176	__utma	43838368.1746114600.1295789899.1295789899.1296393740.2
.yahoo.com	2127585601	B	763su7l6jocnq&b=3&s=59
.addthis.com	1298987143	dt	X
.addthis.com	1359467143	bt	1296395140|00003J010
.addthis.com	1359553542	psc	1
.addthis.com	1359553542	uid	4d456b86a109c5c1
.leblog.vendeesign.com	1312163077	__utmz	188349621.1296395078.1.1.utmccn=(organic)|utmcsr=google|utmctr=twitter+sur+facebook|utmcmd=organic
.leblog.vendeesign.com	1296396877	__utmb	188349621
.leblog.vendeesign.com	1359467077	__utma	188349621.697744543.1296395078.1296395078.1296395078.1
.leblog.vendeesign.com	1927115077	_jsuid	9436962285674881084
ad.yieldmanager.com	1296432002	liday1	GwMW!2IsB_NKZh3IHipk
ad.yieldmanager.com	2147483649	BX	763su7l6jocnq&b=4&s=7a&t=29
ad.yieldmanager.com	1296432002	vuday1	<WjN4NKZh3$k?o#
ad.yieldmanager.com	1359467160	ih	"b!!!!$!-U4G!!!!#<kvmb!/*#v!!!!#<kvmd"
ad.yieldmanager.com	1298382252	uid	uid=dc05dd14-26f6-11e0-965b-001ec9b3b4a7&_hmacv=1&_salt=756086505&_keyid=k1&_hmac=344384b1b11359c3f4358bab884cd91670603181
ad.yieldmanager.com	1359463984	bh	"b!!!!#!!jyG!!!!$<kvGD"
support.microsoft.com	1301792055	.ASPXANONYMOUS	2w4tppnxywEkAAAANjZhNmY3MTUtNmZmZS00MzJlLTk0YTAtYzExZDQyMjA5ZWQwsB_PykSO8tt--6GmqIZWmNT_kmQ1
.lyceecassin-strasbourg.com	1311558692	__utmz	137603885.1295790693.1.1.utmccn=(organic)|utmcsr=google|utmctr=strasbourglyc%C3%A9e|utmcmd=organic
.lyceecassin-strasbourg.com	1358862692	__utma	137603885.1272536882.1295790693.1295790693.1295790693.1
.pubmatic.com	1296655742	pubfreq_25315	243-4:465-2
.pubmatic.com	1296655742	pubfreq_25314	552-1:465-1
.pubmatic.com	1359468342	KRTBCOOKIE_16	226-uid:3303157538126826652

.pubmatic.com	1359468342	KRTBCOOKIE_58	1344-AE-00000001244179527
.pubmatic.com	1359468342	KRTBCOOKIE_179	2451-uid:9703031071086821
.pubmatic.com	1298988342	KRTBCOOKIE_133	1873-11sn01k7c64ya
.pubmatic.com	1298988342	KRTBCOOKIE_153	1923-NJXK_TKXzKotw8-pYcPUrzaUyastxcv9Y8HahabE
.pubmatic.com	1296400608	_curtime	1296396406
.pubmatic.com	1296482741	pubtime_25315	TMC
.pubmatic.com	1391004338	KRTBCOOKIE_22	488-pcv:1|uid:7414326359223025914
.pubmatic.com	1391004338	PUBRETARGET	390_1304172336.82_1391004336.1113_1298988338.445_1304172338.76_1298988340
.pubmatic.com	1391004338	KRTBCOOKIE_57	476-uid:5587492416159408085
.pubmatic.com	1296742007	KTPCACOOKIE	YES
.pubmatic.com	1296482807	PMDTSHR	cat:
.pubmatic.com	1296482737	pubtime_25314	TMC
.pubmatic.com	1327932337	KADUSERCOOKIE	52399427-3257-4D47-B323-6A8D56E79EDF
api.twitter.com	1327931864	phx_seen_banner	true
api.twitter.com	1298987191	js	1
api.twitter.com	1298381992	guest_id	129578999101578199
a.cca10.com	1296396880	h	1
a.cca10.com	1327952005	cca10idv1	4d456b4483ce0%7C1296395076
.adbrite.com	1296482738	srh	1:q64FAA==
.adbrite.com	1304172342	rb	"0:742697:20828160:7414326359223025914:0:753292:20858400:AE-00000001244179527:0"
.adbrite.com	1296569142	vsd	"0@1@4d457034@d.xp1.ru4.com"
.adbrite.com	1927116338	Apache	168362021x0.368+1296396336x-591964153
.content.yieldmanager.com	1296567960	AK1	0
www.soummam.org	1327932069	bblastactivity	0
www.soummam.org	1327932069	bblastvisit	1296396073
.rubiconproject.com	1301580338	put_1185	7414326359223025914
.rubiconproject.com	1548683164	au	GJK07GKE-116Q-10.244.198.207
.rubiconproject.com	1327931164	cd	false
.rubiconproject.com	1298988342	put_2081	AE-00000001244179527
.rubiconproject.com	1298987161	put_1197	3303157538126826652
.rubiconproject.com	1298987160	put_2100	usr3fe118c2192bc867
.rubiconproject.com	1298988342	rpb	6073=1&4212=1&5671=1
.rubiconproje	12969	csi15	3160923.js^1^1296395158^1296395158

ct.com	99960		
.rubiconproject.com	1296460801	ses15	12802^2
.rubiconproject.com	1304171154	ruid	154d456b9052d8fba17bbd19^1^1296395152^1389951905
.ebay.com	1327932104	npii	btrm/svid=336450013424f26a2c5^cguid/d7244b6312d0a47a44d750c7ff56a15b4f26a2c5^
.doubleclick.net	1358862020	id	c00e537320000db||t=1295790019|et=730|cs=zvuv4esd
.flickr.com	1390398843	localization	fr-fr%3Bfr%3Bfr
.flickr.com	2127585602	BX	dl27ftl6jocno&b=3&s=2d
in.getclicky.com	1927547078	cluid	9436962285674881084
.www.accessoweb.com	1296481480	fbsetting_4ca7ed3d09c80a1eb5751c375c9ee913	%7B%22connectState%22:3%2C%22oneLineStorySetting%22:3%2C%22shortStorySetting%22:3%2C%22inFacebook%22:false%7D
.statcounter.com	1454075154	is_unique	sc3268313.1295792042.0-1797505.1296395151.0
.insidefacebook.com	1312163143	__utmz	78842188.1296395144.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=twittersynchroniserfacebook
.insidefacebook.com	1296396943	__utmb	78842188.1.10.1296395144
.insidefacebook.com	1359467143	__utma	78842188.1977967409.1296395144.1296395144.1296395144.1
www.laredoute.fr	2534022108 00	sarea	HP
.fnac.com	1454074654	s_vi	[CS]v1|26A2B4CD850135A9-40000108C0009B09[CE]
.fnac.com	1454161053	s_ev14	%5B%5B%27FnacAff%27%2C%271296394653669%27%5D%5D
.fnac.com	1454161205	TEST	ok
.fnac.com	1454161205	ORGN	FnacAff
.fnac.com	1454161049	NBART	0
.fnac.com	1454161205	accept	ok
.fnac.com	1454161049	FMBasketProductsCount	0
.fnac.com	1454161205	UID	02ae96ab0%2D539b%2D48ea%2D4cce%2Dba9ddeafa884
.fnac.com	1454161205	SID	2ee7c678%2D5779%2Db2d9%2De61a%2Daa5c389586cb
.fnac.com	1454161205	TTL	310120111440
.fnac.com	1454161049	SEGMENTDATE	30/01/2011+14:37:27
.fnac.com	1454161049	SEGMENT	100
.microsoft.com	1611411255	MC1	GUID=2dc6d05478414c2996d1bf4cfca9c36b&HASH=2dc6&LV=20111&V=3
.microsoft.com	1298470452	msdn	L=1033
.nexac.com	1923343203	na_tc	Y
.contextweb.com	1327500343	V	uuvQxE83mUGM
.google.fr	1611150660	HSID	AwTq5tBmgSHEMmtuJ

.google.fr	16111 50660	SID	DQAAAJgAAAB3KmjC7oIdmMEreyuPjMabdEv1IRZ_wY9OV-kIlC_9aCaq9nr6cI0u_rBMhwQzosRMbE65lO6KZsvI6U2Eyujf-pjVp3-UwnREdvRrhxP07AI1K_DNzHlJ8tOry0MnOBcRfOE0Jc7GGsWBb8NP6e3ep5_vtruE2LZC7gsY37YZx7xpyaJQ5ZsiGZVPM4WxNYpgvO3_LEP_7H34ud9aqSKW
.google.fr	13122 04847	SNID	43=On7CLCKY-a2fa4tHmAIVpnuKYUSgurDpj26HJnY=9ibiE_OWmleZrhlv
.google.fr	13122 04850	NID	43=H6gmOxDl1Ntfo5J1KuEEmpin1IVifxRjhD3HNBbhIGu42oNSJvV-tFkaWQRxRweHkUe30_BG73NinGazYJVTW-N-W2ROUuWGzlN-sUv9VxzvDshG0bo53eljPOyNhWO_
.google.fr	13588 62647	PREF	ID=c4c0de738520e8c0:U=00bfd492fc82b6bb:FF=0:TM=1295789881:LM=1295790646:S=AquS8IyiDTUv133-
assets.rubiconproject.com	12976 04761	pup_2081	1296395161404
assets.rubiconproject.com	12976 04761	pup_1197	1296395161392
assets.rubiconproject.com	12976 04760	pup_fimserve	1296395160972
assets.rubiconproject.com	12976 04760	pup_2100	1296395160341
.tag.admeld.com	13279 32342	meld_sess	5d65e51f-94aa-4cdf-abf8-8dc972499e09
.tribalfusion.com	13041 72390	ANON_ID	agnrlISkTso6utomjt9k3jvCFiTYS5HFjWb2bKwU7bnaZbKRkUZa0CZay6MnSqhibPJ2aWfnx5pr980
admonkey.dapper.net	13119 48342	uid	9703031071086821
.google.com	16111 50660	SSID	AuBVem6ThlK9BuzpE
.google.com	16111 50660	HSID	AwbftgrEmgXJ_sVH-
.google.com	16111 50660	SID	DQAAAJgAAAB3KmjC7oIdmMEreyuPjMabdEv1IRZ_wY9OV-kIlC_9aCaq9nr6cI0u_rBMhwQzosRMbE65lO6KZsvI6U2Eyujf-pjVp3-UwnREdvRrhxP07AI1K_DNzHlJ8tOry0MnOBcRfOE0Jc7GGsWBb8NP6e3ep5_vtruE2LZC7gsY37YZx7xpyaJQ5ZsiGZVPM4WxNYpgvO3_LEP_7H34ud9aqSKW
.google.com	13588 62666	PREF	ID=cd03d907f4f963c3:FF=0:TM=1295790107:LM=1295790665:GM=1:S=YM4Ozcu1s6XsscJi
.ru4.com	13409 28002	C1780853	0@4
.ru4.com	13436 37961	X1ID	AE-00000001244179527
www.wikio.fr	12989 87150	gui	my|0@userkey|0@tabs|0@java|true
www.google.com	16117 54912	GAUSR	mail:heidinum@gmail.com
www.google.com	16117 54912	LSID	mail|s.FR:DQAAAJsAAAAI6DrnrKds0Wwdl_PFsPMMXDI2MgmrqzkwCUqGUTwp0v3mVMHyceCaI2sjS13QmoATxphFcZBcy2JhzDuWADObYjdmQ0JWHISNwbdBWZar1dqSh0nepWIWRBSpH4lLNh7zR0hDdNLJV-rsQGo2OWraHr26KgFGXX87roD74OLK8rRaJ9J68jCe0EigxqkeEYfAMGo_vw_9mNnHI84-J5Rc
.aus2.mozilla.org	14535 75111	aus2a	82.216.251.161.1295790479.6887
.adtech.de	13594 67070	JEB2	4D4560FC72661A59EDE1654DF010214A
www.paypal.com	22418 72085	Apache	10.191.114.145.1295792084431544
.mozilla.org	13273 28276	dloadday	82.216.251.161.1295792273255983
.mozilla.org	12983 83940	wtspl	728140
.mozilla.org	16111 19572	WT_FPC	id=2a0555d57ab94e5d5a01295759540360:lv=1295759572968:ss=1295759540360
.invitemedia.com	13279 32407	dp_rec	"{\"1\": 1296396405+ \"3\": 1296396389+ \"2\": 1296396340}"
.invitemedia.com	13279 32407	subID	"{}"
.invitemedia.com	13279 32408	exchange_uid	"eyIyIjogWyI1NTg3NDkyNDE2MTU5NDA4MDg1IiwgNzM0MTY3XSwgIjQiOiBbIkNBRVNFS3VJZWFHdncwTzAzbIQ5MFR4Q2s4TSIsIDczNDE2N10sICI3IjogWyI1MjM5OTQyNy0zMjU3LTRENDctQjMyMy02QThENTZFNzlFREYiLCA3MzQxNjddfQ=="

.invitemedia.com	1327932407	frequency	"{\"440965\": [1296482739+ 2+ 1296396339+ 2+ 1296396339+ 2]+ \"456570\": [1296482788+ 1+ 1296396388+ 1+ 1296396388+ 1]+ \"439397\": [1296482805+ 1+ 1296396405+ 1+ 1296396405+ 1]}"
.invitemedia.com	1327932407	impressions	"{\"440965\": [1296396339+ \"8F1CE235-BABF-42C4-B393-875D33C6241E\"+ 83069+ 39720+ 1682]+ \"456570\": [1296396388+ \"B3C9AD6B-7735-4280-8459-86DBFDBABD04\"+ 83064+ 39720+ 1682]+ \"439397\": [1296396405+ \"6E6A4C99-8E3D-4129-A037-5ED161BA99B9\"+ 83064+ 39720+ 1682]}"
.invitemedia.com	1327932407	io_frequency	"{\"8359\": [0+ 0+ 1296396405+ 2+ 1296396388+ 2]+ \"8455\": [0+ 0+ 1296396339+ 2+ 1296396339+ 2]}"
.invitemedia.com	1359468338	uid	689411ef-d746-42b6-807c-029bce63a7db
.turn.com	1311948338	rv	1
.turn.com	1311948338	rds	15005%7Cundefined%7Cundefined%7Cundefined%7Cundefined%7C15005%7C15005%7C15005%7C15005%7C15005%7C15005
.turn.com	1311948338	rrs	1%7Cundefined%7Cundefined%7Cundefined%7Cundefined%7C6%7C7%7C8%7C9%7C1001
.turn.com	1311948339	uid	7414326359223025914
www.experteerads.com	1327932653	OXLIA	1359.lfu63j-0_1366.lfu6ge-0
www.experteerads.com	0	OAVARS[a1c0c248]	a:3:%7Bs:8:%22bannerid%22%3Bs:4:%221358%22%3Bs:5:%22OXLCA%22%3Bi:1%3Bs:6:%22oadest%22%3Bs:65:%22http://www.experteer.fr/account/signup_l/linkedin_fr_Text_26/lp06%22%3B%7D
www.experteerads.com	1298988653	_OXLIA[1358]	lfua20-0
www.experteerads.com	1327932653	OAID	c44bee97293544192e68126776da4978
.outbrain.com	1296396768	crecif05a0873c6000755b11a3f9e07d00427	"0:184745691,184392449,181849905,182485518,179781960,179661444,184909314,184803104,180710326,184858848,-|1"
.outbrain.com	1330265268	_rcc	"r|c|f:0"
.outbrain.com	1296960948	_lvd	184915712
.outbrain.com	1330265268	_lvs	976012
.outbrain.com	1607436467	obuid	a96730ed-66f8-4887-aa9f-da28e94297a9
.advertstream.com	1327952005	cca10idv1	4d456b4483ce0%7C1296395076
.advertstream.com	1296481473	phpAds_capAd3	eJxTNDYwMbGsMawxNLI0M7EwNDE3BAAr3wRa
.advertstream.com	1296481475	phpAds_capAd_c3	eJxTtDQ1s6wxrDE0sjQzsTA0MTdUtDA3NkEVMTQysEBRZAwAZ80MuQ==
.advertstream.com	1327931073	phpAds_geo3	eJxTNKxxC6oxNDYytzQ2NDA3BAAjjwPI
.cidj.com	1311558820	__utmz	162430510.1295790821.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=professionrelationspubliques
.cidj.com	1358862820	__utma	162430510.671582763.1295790821.1295790821.1295790821.1
.adecn.com	1311948339	AEID	YTViY2VlZjk3MTVkNDRkMzlkM2UxMTlzODA5ZWE2MTU=|moM1S+qs9vSTyo6dP5qMZWceREchYR9LCnXC082oZ0E=
.media6degrees.com	1311948342	ipinfo	2lfu9tf0zik04h0000syyb13szz2O4555555SE8TeraboyrfAPAhzrevpnoyrFNeahzrevpnoyr.se0
.media6degrees.com	1311948342	clid	2lfu9tf011711sn01k7c64ya000000010u010601101
www.halldeschars.eu	1296612247	start	R2701746214
.netseer.com	1359467160	netseer_v3_vi	"2:usr3fe118c2192bc867:1296395158385,11::1296395158385"
.iscom.fr	1311558841	__utmz	4018216.1295790842.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=btscommunicationstrasbourg

.iscom.fr	1358862862	__utma	4018216.1461949313.1295790842.1295790842.1295790842.1
.facebook.com	0	wd	1920x833
.facebook.com	0	presence	DJ296396654BchADhA_2282.channel_22BsubA_5b1L1O1982354948P4BF296396653010WMblcMsndPBctMsbPBtA_5b_5dBfAnullBuctMsMbloMbvtA0QBblADacA3V296396654Z900BlcPQQ
.facebook.com	0	x-referer	http://www.facebook.com/home.php#/home.php
.facebook.com	1298987168	xs	1:a4b7725ea85bbdc9d3812986dcbc517d
.facebook.com	1298987168	sct	1296391528
.facebook.com	1298987168	c_user	100001982354948
.facebook.com	1359463531	lu	ggPmSWSYt31bs2XEl0Uj7X0A
.facebook.com	1297000783	locale	fr_FR
.facebook.com	1359463531	datr	rTE8TWF5oVP8f5dRjkoNkPH6
.fr.insidefacebook.com	1312163142	__utmz	74324933.1296395143.1.1.utmcsr=google | utmccn=(organic) | utmcmd=organic | utmctr=twittersynchroniserfacebook
.fr.insidefacebook.com	1296396942	__utmb	74324933.1.10.1296395143
.fr.insidefacebook.com	1359467142	__utma	74324933.701047255.1296395143.1296395143.1296395143.1
.imrworldwide.com	1611149908	IMRID	TTwvU6wVaBMAAGtm0pw
.imrworldwide.com	1611149908	V5	AStfNj0DPjpUFT8VCiljIy4AJV8SFVInHIlerw__
.vente-privee.com	1611754746	xtvrn	337001
www.spawnrider.net	1327931159	wpgb_visit_last-http://www_google.fr	SunJan30201114:45:59GMT+0100
www.linkedin.com	1296398464	NSC_MC_QH_MFP	ffffffffaf1999df45525d5f4f58455e445a4a42198c
www.linkedin.com	1296398464	NSC_MC_WT_MJUF_IUUQ	ffffffffaf1998f645525d5f4f58455e445a4a4219f8
www.linkedin.com	1327932649	leo_auth_token	"LIM:92588733:i:1296396647:3cdb95d7249e1f5147b52c754e2828ca0161f984"
www.linkedin.com	0	JSESSIONID	"ajax:6534858052501229874"
www.linkedin.com	3443273615	visit	M
.247realmedia.com	1609459201	RMFD	011PjXT9O104lUn
.247realmedia.com	1609459201	OAX	Utj7oU1FaZgABou5
ads.cnn.com	2145801604	NGUserID	aa55a36-7904-1062641964-1
.youtube.com	1317131152	VISITOR_INFO1_LIVE	UZr98zSfhiw
facebook2.twitter.com	1296403200	fbs_2231777543	"access_token=2231777543%7C2.klGKg9vmtjsgCxVqoN3SCg__.3600.1296403200-100001982354948%7CYiLkClfGPf-SiT-sDzq7nqHaFys&expires=1296403200&secret=V0lItBkuo6MVj3pgcLm7YA__&session_key=2.klGKg9vmtjsgCxVqoN3SCg__.3600.1296403200-100001982354948&sig=a0c80d8ef0ede0337c73b7a98c50dffe&uid=100001982354948"
facebook2.twitter.com	1298987879	_twitter-fb_session	84t7oyDO2zkzU7BtJiicfoKPX8eLh5xdbbTdAav1SCE=--J3AOUyl9IWALujqupry3rBhhSSAeYvKj7o9WHz%2BYFa8/wXAmBa570uqyHbYPH7R5PhA%2B/08s37zr9q1Hab36lr8WLOeMmB9OAw8l25wTZku2jS8fffXmMOyl3LtUtSYB/n

			QknhRiLp4Sosbe6qoaK6R49cymzN9SlicgarP0s5c9xa33OLp/183W7PqwRUyTsE/REKhgkHQRqI/r5kKRx569PAi0e3KXStpQEizKKhARBnOFfoJlu8Vvivfa/y0FC9IsTxLHAcAXKWDBedtMET5Ffx3au7NJUyeu47kHtiQDTFCaTwWbABaP0bsXgXwM4KtMhWO2P90ByqubAKJFalhRftJ9VgNpPX9nYfRBHMMSwSsdUMs4i//Nopx/Q3qmLq1660FfHP06yLfi9S114dMsBpVZ1hBxyFJTunX%2BL5cdSosDUkqMgb7hrdQWTw2MY93kn7yL/z7uJwQVBerO0/asMbnbMP7IzrVGgju3nILWoZso3KFUYawxKSeJGBcuDq51SuA0Jntbs8F1YePFrdMuCsgYeQlnl4sZtUqGzfIB9Qhabsch0/zzl3NJ41E36dqgVTiv5TBPccnepQKf8GEirUvpsC931ByvTf/hs4Uzg7j1pCpPHO3HZKzgt/EDulxrpUjeyhwuAUSjV%2BU96vyVgKZk%2BKCo5pCT
www.viadeo.com	0	Coyote-2-a030164	a040109:0
www.viadeo.com	0	JSESSIONID	259A50C05A8CAD2C1870BEB28FF9193A.tomcat9
www.viadeo.com	1296647142	mwbSplashScreen	30
www.aymericlagier.com	1327499146	wordpress_ratepost	d61cd41273c44c8013fcdba161ca36e0
www.aymericlagier.com	1296612074	60gp	R2337383069
.displaymarketplace.com	1359554607	mpackc	v1^
static3.viadeo-static.com	0	JSESSIONID	E0572A98DB5FDDB921C4018E6E218656.tomcat13
.amgdgt.com	1298986635	LO	AAAAAQAUowCfP5Vjp72FgS5lD66lwSszgVABAGZyYTtqOzl1MDA3NTtwYXJpczs_O251bWVyaWNhYmxlIGlzIGEgY2FibGUgbmV0d29yayBvcGVyYXRvciBpbiBmcmFuY2Ugb2ZmZXJpbmcgdHYgdm9pY2UgYW5klGludGVybmV0IHNlcjtjYWJsZTs4Mi4yMTYuMjUxLjE2MQ--
.amgdgt.com	1298986635	UA	AAAAAQAUgpvlxMIRlLF1XDwYoDkE5.ahGTcDA3gBY2BAAF.XVQwMjAwMQbqMIIpR97qKUwIEGgA6HwOd
.amgdgt.com	1611754635	ID	AAAAAQAU2gxSBr1.UYR78ugn.DGfs2piafUAAI4npU6ks0sopQDG7csh1r4AAAEt1yRCcw--
.xiti.com	1611754745	idrxvr	89CCDFA5-5C22-4773-8B45-28FC475B4B56
.lycee-jean-rostand.fr	1311558687	__utmz	3493805.1295790687.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=strasbourglyc%C3%A9e
.lycee-jean-rostand.fr	1358862741	__utma	3493805.590018474.1295790687.1295790687.1295790687.1
.ebayrtm.com	1359466640	RUP	D1AQAAAS2/npokAAaPkkCvYXSkiRtlit8bQNZNCSEmvxYen0Hw3Z4CiyGRvHqsZxY*
.adnxs.com	1304172408	uuid2	5587492416159408085
.adnxs.com	1296482808	sess	1
blogasty.com	1296612059	90plan	R4113878703
.stackoverflow.com	1311559901	__utmz	140029553.1295791902.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=howtolistcookies
.stackoverflow.com	1358863901	__utma	140029553.1076882389.1295791902.1295791902.1295791902.1
.stackoverflow.com	2147385600	__qca	P0-1744245710-1295791901850
ad.zanox.com	1298988407	zpvc	5C107188S1466791190564214784T1333I13777754C0T1333I16658639C0T1328I15169245C0T0
mail.google.com	1297001454	gmailchat	heidinum@gmail.com/575261
mail.google.com	0	GMAIL_AT	AF6bupO9CazsVNCAFBpw6hWqclMI7PhUiA
mail.google.com	0	S	gmail=ROlspvnisvlrlYxQwn0LUw:gmproxy=tBZzTUXm0C_CyzM4l4bFcg
mail.google.com	1296398102	N_T	sess=247ca718ac70b21a&v=2&c=567303f8&s=4d45700b&t=A:0:39382&sessref=
www.cidj.com	1327326820	OAID	d496d4d83713b564e5db3ad79ac9a248
.serving-sys.com	1304152653	u2	862c3d05-b5fa-4c91-b853-5236ee241c603Gs080

.serving-sys.com	13041 52653	C4	
.serving-sys.com	13041 52653	B3	8bqc0000000001s.
.serving-sys.com	13041 52653	A3	gK5xachB0aWI00001
.redcatsusa.com	14540 74635	s_vi	[CS]v1|26A2B4C4851D2518-40000142000C24B1[CE]
static0.viadeo-static.com	0	JSESSIONID	0EE3FE2B13299C591C414EF94B686E06.tomcat15
m.webtrends.com	16111 52055	ACOOKIE	C8ctADgyLjIxNi4yNTEuMTYxLTM0NzYyNTM3MTIuMzAxMjg5MDMAAAAAAAABAAAAeQEAALU3PE20NzxNAQAAABUAAAC1NzxNtDc8TQAAAAA-
www.twingly.com	13023 95150	.ASPXANONYMOUS	Djxb1hX3ywEkAAAAMzk4NzY4ZDYtNjNjMy00OTE4LTk5ODAtZWQ2ODEyZmFkMDJimFwEn47e10RpNyoA99WyIC4o4i81
twitter.com	13279 31039	phx_seen_banner	true
twitter.com	12983 81991	js	1
twitter.com	12983 81894	guest_id	129578989316527729
.specificclick.net	13279 31081	ansp	7B0m^0^0
.specificclick.net	13279 31081	ug	PQ5mGzuAuopHLD
.specificclick.net	13279 31081	ansf	7B0m^0^0
.opt.fimserve.com	16117 55160	pfuid	CIlol01Fa5Yu5mRJcwJ8Ag==
.cdxcf.info	15771 45002	__cfduid	dc15a27642eec5565b8564c2e367fe1281295790465
.quantserve.com	13041 72342	d	EKoBDgH3BYEO-TA
.quantserve.com	16114 09109	mc	4d3c2f54-267a2-16e05-42cc0
user.lucidmedia.com	13279 31162	2	2rL_4SlB0mQ
.horyzon-media.com	12965 67954	pbwmaj5	y
.horyzon-media.com	13586 03154	pbw	%24b=12036%3B%24o=11061%3B%24sh=6%3B%24sw=6
.horyzon-media.com	13586 03153	TestIfCookieP	ok
.vendeesign.com	12965 18399	3s2o_unique_user	1
fl01.ct2.comclick.com	18626 97601	CKVA	2_eF51zcEJwDAMA8CJBJYtm3qa7L9Fm4RQ+uhPEhwidKWjwI4SFHC4kcYwplX0rnNbdRD5RMQr6iOUR9QUyiVSCP0RPyfUJN7jBtroHgY=
fl01.ct2.comclick.com	18626 97601	CKA	2_eF5lztEJwCAMRdGJHuQmxrqN+29RS5UWzV843BBUWrqqkBsYgY15Vu8sjIVG/TAhFWfJCKcd4WtZFEXXfvWPbf+HfgNnTyHi
fl01.ct2.comclick.com	18626 97601	last	104D45707502040620C0302B8D
fl01.ct2.comclick.com	18626 97602	UID	174D4570640CB71C
.descary.com	13121 63152	__utmz	218803212.1296395153.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=twittersynchroniserfacebook
.descary.com	12963 96952	__utmb	218803212.1.10.1296395153
.descary.com	13594 67152	__utma	218803212.1018598259.1296395153.1296395153.1296395153.1
.wikio.fr	13594 67151	__utmv	229108122.fr::videos::video::3011972
.wikio.fr	13121 63151	__utmz	229108122.1296395151.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=twittersynchroniserfacebook
.wikio.fr	12963 96951	__utmb	229108122.2.10.1296395151
.wikio.fr	13594	__utma	229108122.267473058.1296395151.1296395151.1296395151.1

	67151		
.mybloglog.com	1327931070	mbl_sid	N2011013005442773
.mybloglog.com	2127585603	BX	5o1uv8p6kaqpr&b=3&s=o2
.ebay.fr	1327930734	cid	O4T6xlIJE6EEMniO#1901968017
.ebay.fr	1454074734	lucky9	6026483
.ebay.fr	1327930641	npii	btguid/d724498a12d0a0267c324732fff1c9244f269d0d^cguid/d7244b6312d0a47a44d750c7ff56a15b4f269d0d^
.ebay.fr	1327930734	nonsession	CgAFMABlPJp1sNGQ0NTY5ZWMuNzEuMS4xMC42MC41LjAuMgDKACBWq2tsZDcyNDQ5OGExMmQwYTAyNjdjMzl0NzMyZmZmMWM5MjQAywABTUVw9DTwcOhz
.ebay.fr	1359466734	dp1	btzo/-3c4d4577fc^u1p/QEBfX0BAX19AQA**4f269d6c^idm/14d46bb10^
leblog.vendeesign.com	1296481478	azl6n-4w370yafp4_vt	1296395078540
leblog.vendeesign.com	1296481478	azl6n-4w370yafp4_i	1
leblog.vendeesign.com	1296481478	azl6n-4w370yafp4_s	3819304
leblog.vendeesign.com	1327931078	azl6n-4w370yafp4_r	0
social.answers.microsoft.com	1327328052	.ASPXANONYMOUS	4DHnRtnZzAEkAAAAM2JlNWQ4ZmYtOWViOC00OWQ0LWIwNTktMzlmNDZkMGZiM2My-xrnTV7EMp4dHXn3TLy0dM-NxmU1
.fr.ebayrtm.com	1359466640	RUATD	0%3BMTU0NTIxOjAtMjE2MDY1Nzc=
.fr.ebayrtm.com	1359466640	RUA	D1AQAAAS2/npokAAYUPLlmTOtXIdYkbBL1adsTAE8RWNWpQ%2BoaiuJLA1QEXOHuD3leQiFQpizLuIN35VmwjyT/rFpR1gmG6B3BQUTwgM9Ta8QrzECy/8YuHl45uBfxQz3MM2UNJEKfP3fF%2BRo0x5BO
.fr.ebayrtm.com	1327930639	TC01	wAgpTkcdLBAAACQDgLmDAAAAAAAMoZQHErBDC
.fr.ebayrtm.com	1327930639	M01	AIQgA
.fr.ebayrtm.com	1327930639	A01	gAIANAuYOAAAAAAAwzgOrBD
.fr.ebayrtm.com	1327930638	PS	T.0
.pixel.rubiconproject.com	1298988342	rpx	6073=9461%2C0%2C1%2C%2C&5671=9461%2C1%2C2%2C%2C&4212=9462%2C0%2C1%2C%2C
ads.pubmatic.com	1296569191	SyncRTB	3_1296482738.2_1296482738.1_1296482738.5_1296482742.7_1296482742.6_1296482742.8_1296482742.10_1296482742.9_1296482742.11_1296482791
.cnn.com	1454076468	s_vi	[CS]v1|26A2B859051D0D53-40000102A020E345[CE]
.cnn.com	1297001268	adDEon	true
.cnn.com	1297001268	adDEmas	R08&cable&numericable.fr&0&fra&250075&0&9878&-&-&-&1706&
.cnn.com	2147385600	__qca	P0-1495866313-1296396467785
tap.rubiconproject.com	1327931164	dq	1|0|1|0
static2.viadeo-static.com	0	JSESSIONID	42F4BB40004FB8334F4561DFB36A98D9.tomcat13
.forms.aweber.com	1611755142	awpopup_1861959145_uniq	1
nxtck.com	1327932337	lsa	a21ae851925166153ac3000876f1931a
nxtck.com	1327932337	ccv2	"eyI0NDEyIjpbMTI5NjM5NDYzMyxudWxsXX0="

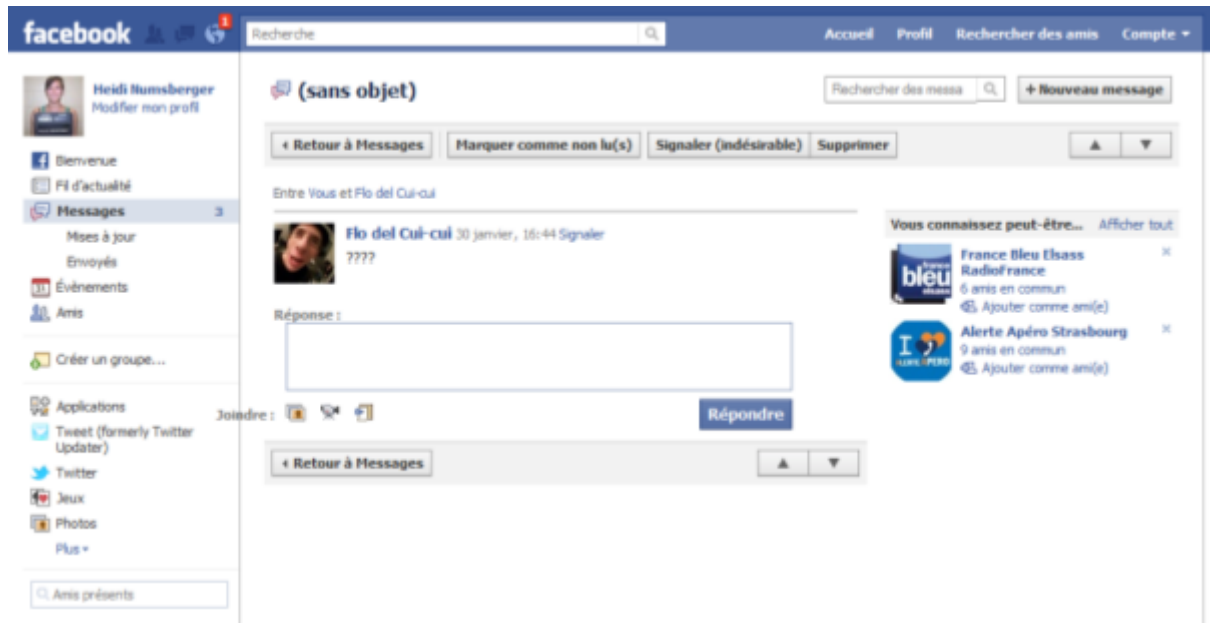
nxtck.com	1327930636	uuid	1b7c802a-e46e-4174-9fd5-764a385d12b1
.bs.serving-sys.com	1304152653	eyeblaster	BWVal=&BWDate=&debuglevel=
.2o7.net	1453472055	s_vi_bx7Cx7Cx7Bx60ax60ex7Cx7Cx60lfnc	[CS]v4|269E1BDB05159CE1-40000171801B701B|4D3C37B5[CE]
.laredoute.fr	1312162634	__utmz	57281717.1296394634.1.1.utmcsr=(direct)|utmccn=(direct)|utmcmd=(none)
.laredoute.fr	1359466705	__utma	57281717.719468231.1296394634.1296394634.1296394634.1
.blogbang.com	1296999949	blogbang_exp	c3JyZ/Z1ze4CYQamXAZGRga%2BMAZGBqYMMDMlxMwHM2NBzDQw042BEQA=
.wikiodeliv.com	1609459201	OAX	Utj7oU1Fa48AC6hs
.scorecardresearch.com	1359468654	UID	12ccee5-80.236.32.168-1295789908
www.unionmaritime.asso.re	1327932072	phpbb2mysql_data	a:2:%7Bs:11:%22autologinid%22%3Bs:0:%22%22%3Bs:6:%22userid%22%3Bi:-1%3B%7D
.apicit.net	1327930635	apicit	b553dbe09114cc85f94d4b6a20e1f27d
statse.webtrendslive.com	1611151973	ACOOKIE	C8ctADgyLjIxNi4yNTEuMTYxLTIzNTE2MDM3MTIuMzAxMjg5MDMAAAAAAAABAAAAm/IAAGQ3PE1ENzxNAQAAAK1OAABkNzxNRDc8TQAAAAA-
.viadeo.com	1296398451	__utmb	1.1.10.1296396651
.viadeo.com	0	__utmc	1
.viadeo.com	1359468651	__utma	1.1379225076.1295789913.1296391517.1296396651.3
.viadeo.com	0	__utmv	
.viadeo.com	0	__utmz	1.1296396651.3.1.utmcsr=(direct)|utmccn=(direct)|utmcmd=(none)
.viadeo.com	1311943540	stayConnected	00816reh9tx1ftz8
.viadeo.com	1358599540	rememberMe	003xqui7fu9pmd3
.viadeo.com	1358599540	autoReconnect	1
.aymericlagier.com	2147385600	__qca	P0-1949515563-1296395146944
.aymericlagier.com	1312163146	__utmz	123399451.1296395147.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=twittersynchroniserfacebook
.aymericlagier.com	1296396946	__utmb	123399451.1.10.1296395147
.aymericlagier.com	1359467146	__utma	123399451.1642911706.1296395147.1296395147.1296395147.1
.smartadserver.com	1358604653	pid	4769170605303999123
.smartadserver.com	0	vs	8163=4250350
.smartadserver.com	1298988406	Trk71806	Creation=30/01/2011+15:06:45&Value=146800
.smartadserver.com	1298988391	Trk4114	Creation=30/01/2011+15:06:28&Value=6449
.smartadserver.com	1296564342	pbwmaj5	y
.smartadserver.com	1358604407	pdomid	0
.smartadserver.com	1358599542	pbw	%24b=12036%3B%24o=11061%3B%24sh=6%3B%24sw=6
.smartadserver.com	1358599543	TestIfCookieP	ok
.tynt.com	1327931080	uid	CgUVaU1Fa0ZQRh46Bm+EAg==
.linkedin.com	0	lang	"v=2&lang=fr&c="

.linkedin.com	12989 88650	_lipt	0_5dI0KcTWPlw2cKwG7qYtajZAONpXLfl7s7z9Hti2yrVwB0Qt68FhJzbWLabJ26vl7F_SDhl8vdC5dQTgjWbtlI6dyuAlFVyTaxe_YfprCYXfb7QbZYS6r_3RhVcZ_9-ZYfS0l_FPoEz9p-ioUcGrtsVVJr1d4c--gfD3czlelrX5PDYKKG7RZlKXUmjAxnHVf21mFKThSygnvf021ySJXaFZW9cRaCof7Nyg5tijhjl
.linkedin.com	12989 88650	_leo_profile	"u=92588733"
.linkedin.com	13588 61951	__utmv	23068709.guest
.linkedin.com	21473 85600	__qca	P0-1616408684-1295789909356
.linkedin.com	13115 57908	__utmz	23068709.1295789908.1.1.utmcsr=(direct)|utmccn=(direct)|utmcmd=(none)
.linkedin.com	13588 61951	__utma	23068709.1004687762.1295789908.1295789908.1295789908.1
.linkedin.com	34432 73554	bcookie	"v=1&a2947f97-d178-49d3-839b-03b1119f5694"
.criteo.com	14541 61478	uid	8dd4a5c9-a4cf-4076-9dc3-b2afba7ec635
fr.linkedin.com	34432 73555	visit	G
.amazon.fr	19271 16228	at-acbfr	"4|TrN7HyVFzf/ddvnDx0NPQZkE9GxFmuC3pLj5EFQ37svfsDkRDyQA4yPDrfQgUClGttoZ5lcW5xTaTGv63fOQ3k55/wq6ocFNZwgnh5HU4eHhqGVK43sFnglx/yTC7lqwT3HZ2puZua1/VLQ0ipjKcZP8LkUDHhFybOT/0AbdwnEhaQLQpjm2Ge4d6ESiBvsdtAUX3Gl6AAp41FjLeaJloA=="
.amazon.fr	19271 16228	x-acbfr	8gHethkGlD8Uywockxiha2dcfS8rFK8i
.amazon.fr	19271 16228	session-token	"CDTssjGYl51MhKayg+57jcO89w3LQlp8Y2To/bDbthZEoOytfmxw2oTyGM52VvbglsJLBi3J2hULUvqXOqwNBDBjQxTOdatVSoNNppS1+EBgcClNRnT46rLFW0szLVY2AyCPN/0yv7svPU1EjZdbds7wJ3uq4dFbAHrwRQPSy55gwb2RNOm7ChRmu1qXRDpogMnPDf659T4P01nxg3XVU35dun+FRN2FEiSeNeTPwXs="
.amazon.fr	20827 54804	ubid-acbfr	280-3646349-0810416
.amazon.fr	20827 54804	session-id	275-3770754-8360612
.amazon.fr	20827 54804	session-id-time	2082754801l
.collective-media.net	13588 62090	cli	11dd6dd70407388
.mail.google.com	13121 64303	__utmz	29003808.1296396303.1.1.utmcsr=(direct)|utmccn=(direct)|utmcmd=(none)
.mail.google.com	12963 98103	__utmb	29003808.6.5.1296396303336
.mail.google.com	13594 68303	__utma	29003808.1252793706.1296396303.1296396303.1296396303.1
.mail.google.com	12976 04513	GX	DQAAAJsAAAAI6DrnrKds0Wwdl_PFsPMMXDI2MgmrqzkwCUqGUTwp0v3mVMHyceCaI2sjS13QmoDFh9uCf6dvCqp0-e6R_5nOkfXzooMV1zEGOf_XsOLzJvhmXG-jpHqBmsHWj379J5Avjj6BcPTYRm793ajxOMYRSwBitHIezUvjdNjgLjBobEhpxvBWW7Spo1IEVF_-ROJMutzWs2Ar6wiATcf9KSY4
.openx.net	13594 68338	i	07350c56-8b61-43c7-b218-5ac3468f2b77
.perfumegiftguru.com	13121 64103	__utmz	248083078.1296396103.1.1.utmccn=(referral)|utmcsr=unionmaritime.asso.re|utmcct=/phpBB2/profile.php|utmcmd=referral
.perfumegiftguru.com	12963 97903	__utmb	248083078
.perfumegiftguru.com	13594 68103	__utma	248083078.246461359.1296396103.1296396103.1296396103.1
.adviva.net	14519 14653	ansv4_uid	308.5901344056303181764
.oseox.fr	13121 63153	__utmz	187461430.1296395153.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=twittersynchroniserfacebook
.oseox.fr	12963 96953	__utmb	187461430.1.10.1296395151
.oseox.fr	13594 67153	__utma	187461430.1546150933.1296395151.1296395151.1296395151.1
.oseox.fr	19271 15152	_jsuid	9742949708621499986

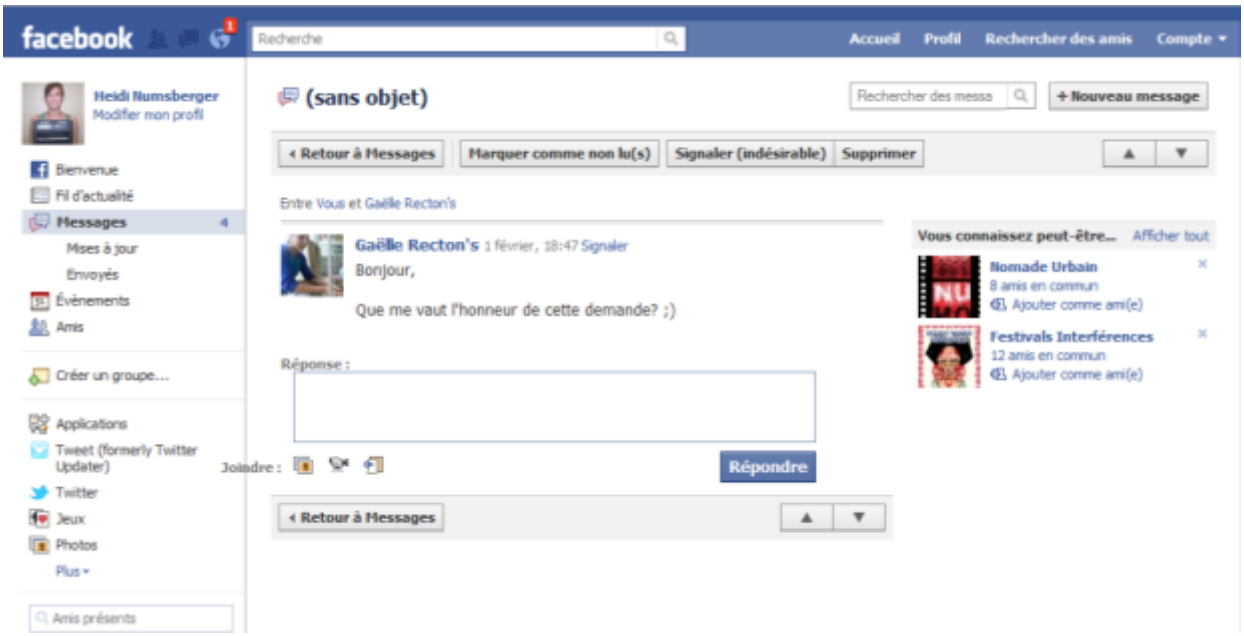
.weborama.fr	12963 96953	wbo_te mps_reel	MzI4NDQy
.weborama.fr	13017 51954	AFFICHE_ W	aZIsIcspA0vn30

30/01/2011, 13h59

30/01/2011, 16h44

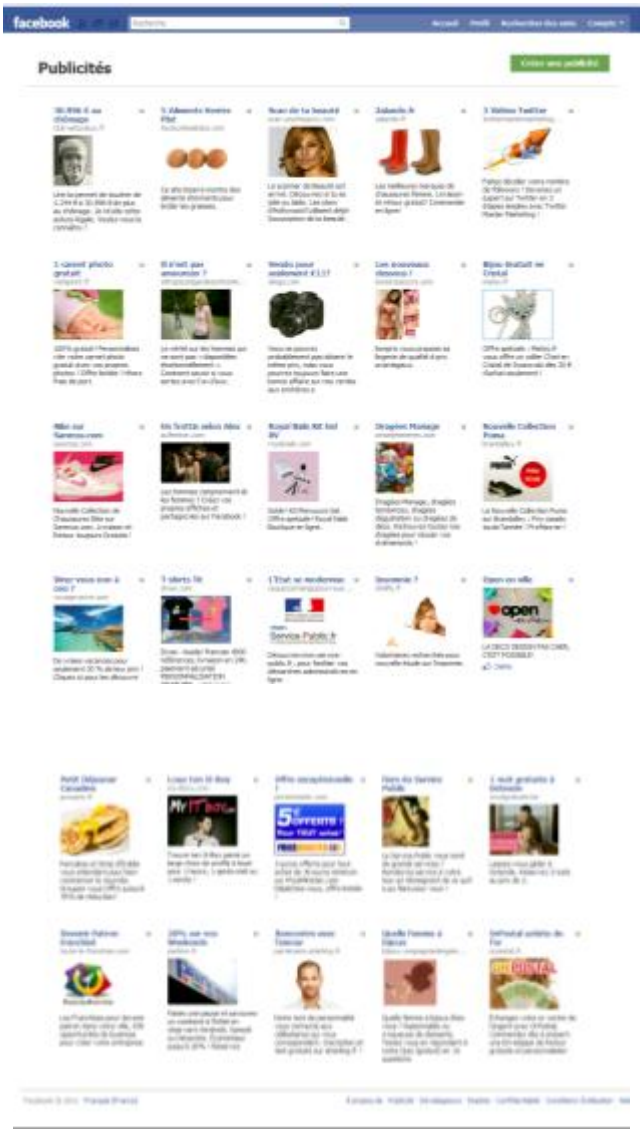


1/02/2011, 18h47



15/02/2011
Facebook relance par mail car inactivité (des notifications en attente)

20/02/2011, 11h54
Connexion avec les amis des amis
Travail sur les publicités, liste des pubs sur Facebook



Aucun spam dans la boite gmail
Ouverture des liens publicitaires
L'emmerdeur, sur club-astucieux, http://www.club-astucieux.fr/174/default.asp?ori=fbk
Tout sur les abdos, http://www.toutsurlesabdos.com/index2.php?hop=bestabs
San-yourbeauty, http://www.scan-yourbeauty.com/?aspid=67d96ee8eb9b093a9038931752d137fc

inscription à un concours sur zalando
Zalando, http://www.zalando.fr/?ef_id=BbRNYPVdyHsAAMpR:20110220110501:d&wmc=DIS_FB_Female_2835_Shoes.
Twittermastermarketing (JFRuiz), http://www.twittermastermarketing.com/
Meilys bijou, http://www.meilys.fr/1_bijou_gratuit.php?clic=GIFT30T

Lingerie, sur Bonprixsecure, http://www.bonprixsecure.com/fr/shop.htm?nv=2|1532&typ=SMA&anbieter=Facebook&aktion=targetingtest&version=ohneFacebook_Lingerie+var+2&entrysource=01&entrysourceID=sempro:SOCIAL:800440304::&id=1381221286926734027-0-4d60f561
Mégaaffaires sur ziinga.com, http://www.ziinga.com/landing/fr_mega_deals14.php
Attrapezetgardezunhomme, http://www.attrapezetgardezunhomme.com/
VistaPrint, http://www.vistaprint.fr/gallery.aspx?pg=71&xnav=TsrItem&xnav=TsrItem&GP=2/20/2011+6:05:07+AM&GPS=1473583450&GNF=0
Nike, sur sarenza.com, http://www.sarenza.com/chaussure-nike-femme?ectrans=1
Concours aufeminin.com, http://www.aufeminin.com/et-la-femme-crea/concours-femmes/?xtor=AD-23
Ropyal Nails, http://www.royalnails.com/fr/showdetail.php?a=396111&g=starterset
Artsephemeres, http://www.artsephemeres.com/decotable/14-dragees

BrandAlley, http://www.brandalley.fr/CoMarque/Corner-609-Marque-91-puma?xtor=AD-4369&Origine=1163&utm_source=facebook&utm_medium=display&utm_term=Puma2_F28&utm_campaign=facebook-fil-rouge
Voyage-prive.com, http://www.voyage-prive.com/campaign/reg/paillote/dnsmediagroupadv/154?C=6003014147930&77tadunit=4d64be74&77tadvert=6003014147930&SourceId=451&77twebsite=d1a49a8d
Divao, t-shirt, http://www.divao.com/tee-shirt/?id=170&utm_source=partenaire&utm_medium=lien&utm_content=facebook&utm_term=facebook&utm_campaign=facebook
Modernisation du gouvernement, http://cequecachangepourvous.modernisation.gouv.fr/
ClinLife, http://www.clinlife.fr/lpg/1177/3?utm_source=Facebook&utm_medium=cpc&utm_campaign=100569_facebook_ad1
1 nuit gratuite, http://www.1nuitgratuite.be/?utm_source=Facebook_FR&utm_medium=advertentie&utm_campaign=1nachtgratis
Fier du service public, http://www.facebook.com/fiers.du.service.public?v=wall
PriceMinister, http://www.priceminister.com/op/LPAVSEMFF?t=2408240
My IT Boy, http://www.my-itboy.com/?utm_source=facebook&utm_medium=310111&utm_campaign=facebook_myitboy (avec social plugin)

CityDeal sur Groupon, http://www.groupon.fr/sites/www.citydeal.fr/lp/lp/006/index.php?CID=FR_DIS_1_100_3257_0003&utm_source=dis_1&utm_medium=dis_100&utm_campaign=dis_1005&utm_content=dis_0003&timg=crepes3

Analyse des cookies

Site	URL	Parametres d'URL	Cookies	

Facebook	http://www.facebook.com/			0,presence, DJ298201026BchADhA_2298.channel_22BsubA_5b0_2c0_5dBF298201028894WMblcMsndPBsMbloMbvtMctMsbPBtA_5b_5dBfAnullBuctA0QBblADacPV2982005747900BlcPQQ 0, wd, 1920x833 0, x-referer, http://www.facebook.com/fiers.du.service.public?v=wall/fiers.du.service.public?v=wall 0, act, 1298199675246/1 0, L, 20 0, cur_max_lag, 20 1300790940, xs, 1:a4b7725ea85bbdc9d3812986dcbc517d 1300790940, sct, 1296391528 1300790940, c_user, 100001982354948 1359463531, lu, ggPmSWSYt31bs2XEl0Uj7X0A 1359463531, datr, rTE8TWF5oVP8f5dRjkoNkPH6
L'emmerdeur, sur club-astucieux	http://www.club-astucieux.fr/174/default.asp?ori=fbk	ori=fbk	1	www.club-astucieux.fr 0, ASPSESSIONIDCSQCTRSS IDIDDGGALAAJGHANAAMMGFCE
Tout sur les abdos,	http://www.toutsurlesabdos.com/index2.php?hop=bestabs	hop=bestabs		
San-yourbeauty,	http://www.scan-yourbeauty.com/?aspid=67d96ee8eb9b093a9038931752d137fc	aspid=67d96ee8eb9b093a9038931752d137fc		0, JSESSIONID, B 0, face, 127ce3a57f72d6baa5ee78dc4a09ddaa
Zalando	http://www.zalando.fr/?ef_id=BbRNYPVdyHsAAMpR:20110220110501:d&wmc=DIS_FB_Female_2835_Shoes	ef_id=BbRNYPVdyHsAAMpR:20110220110501:dwmc=DIS_FB_Female_2835_Shoes		0, wtsid_901509076477302, 1 1453719909, wteid_901509076477302, 4129819990700970835
Twitter master marketing (JFRuiz)	http://www.twittermastermarketing.com/			1314097504, ubpv, c%2C32f5555c-0a21-11e0-bcc1-12313e003591 1313751904, ubvs, 82.216.251.161.1298199903050288
Meilys bijou	http://www.meilys.fr/1_bijou_gratuit.php?clic=GIFT30T	clic=GIFT30T		

Lingerie, sur Bonprix secure	http://www.bonprixsecure.com/fr/shop.htm?nv=2|1532&typ=SMA&anbieter=Facebook&aktion=targetingtest&version=ohneFacebook_Lingerie+var+2&entrysource=01&entrysourceID=sempro:SOCIAL:800440304::&id=1381221286926734027-0-4d60f561	nv=2|1532 typ=SMA anbieter=Facebook aktion=targetingtest version=ohneFacebook_Lingerie+var+2 entrysource=01 entrysourceID=sempro:SOCIAL:800440304:: id=1381221286926734027-0-4d60f561		
Mégaaffaires sur ziinga.com	http://www.ziinga.com/landing/fr_mega_deals14.php	pg=71 xnav=TsrItem xnav=TsrItem GP=2/20/2011+6:05:07+AM GPS=1473583450 GNF=0		
Attrapezetgardezunhomme	http://www.attrapezetgardezunhomme.com/			
VistaPrint	http://www.vistaprint.fr/gallery.aspx?pg=71&xnav=TsrItem&xnav=TsrItem&GP=2/20/2011+6:05:07+AM&GPS=1473583450&GNF=0	pg=71 xnav=TsrItem xnav=TsrItem GP=2/20/2011+6:05:07+AM GPS=1473583450 GNF=0		0, X-Mapping-hmeipdnj, 2AD702C1E0B623A58699EB73CBA60A1F 0, tpl, 2 1298286312, SESH, T=1C1674 0, SITE, sc=on&sps=0&ns=True&SPOTEXT=&S=1473583450&SUBSN=1334183267&SEG=1&gss=1 1582122482, v1st, C5D248AE4E3FBD36 1329735909, PSC, PDATE=2/20/2011+6:05:07+AM&gld=2/20/2011+6:05:07+AM&SID=4450199558&PSID=&pc=on&LANGID=8&VID=670809094965 0, cid, 1329735909, P, DF=0:&V=22.7&SID=4450199558&PID=1118&TC=aAAIIAAAZADlzADmEADp/ADwzAD0yAD2YAD6aAD9BAD98AD/OAD/2AEBDAEB1AECwAEC8AEC/AEDCAEDHAEDRAEDWAEDsAEDwAEEGAEEjAEE1&TCup=1298199907

Nike, sur sarenza .com	http://www.sarenza.com/chaussure-nike-femme?ectrans=1	ectrans=1		1298286893, ContexteClick, /HomeWoman.aspx?Brand=439&Page=1&FromUser=true&CriteriaStack=Brand%2C%7C439%7C&CriteriaList=Brand 1613559931, wschkvisit, 1 1300791931, Wysistat, 0.8759743005584273_1298199931087%uFFFD1%uFFFD1298199931087%uFFFD1%uFFFD1298199931%uFFFD0.8759743005584273_1298199931087 1298847600, SarServices3, Interstitiel=1 1361271930, et0; 9WEzt.Ng_QO_4I.Ic2tpa1sH3pCsqkf8TUalo0cSyCHqGLt.2wJbz_EVHGAjTZ6vZUuCtaeMyshRyFrI8AdBu81kI5htdOKoH3pvZzeJJ0yYHRHPgdWEp0cGgbBLWyn2PDZBsaa3a1G3myhHwUu6t9BrX5DI.OgIVKMkU_T_RadIQulA8_bP_Ua71V8UgQAgb.k2FLsxRTqcX4iAM4.iDGHIrLKLeFTk_3LDlS5dPboHI3TUwyCvPcQS 1361271930, et, 1 0, __utmc, 1 1361271914, __utma, 1.1666143785.1298199915.1298199915.1298199915.1 1313967914, __utmz, 1.1298199915.1.1.utmcsr=facebook.com|utmccn=(referral)|utmcmd=referral|utmcct=/ajax/emu/end.php 1361271911, etuid, SFdwmDdHff5eexJHtS1.2A--
Concours aufeminin.com	http://www.aufeminin.com/et-la-femme-crea/concours-femmes/? xtor=AD-23	xtor=AD-23		
Royal Nails	http://www.royalnails.com/fr/showdetail.php?a=396111&g=starterset	a=396111 g=starterset		0, __utmc, 218080405 1361271914, __utma, 218080405.215033286.1298199915.1298199915.1298199915.1 1313967914, __utmz, 218080405.1298199915.1.1.utmcsr=facebook.com|utmccn=(referral)|utmcmd=referral|utmcct=/ajax/emu/end.php 0, CartID, 1389951905_2052860300 1300791912, ItemsPerPage, 50

Artsephemeres	http://www.artsephemeres.com/decotable/14-dragees			1299927936, 72ce7e17fa7979ad0a6f36bfcc103d79, umjKgJRjWWg=cU2AOIWQwWc=xAQfDMZZqeU=A1ebMsYNJts=pgPPXEsVz9Y=zzgtsLUgjWU=JXu9ze4s4WY=XC0XMQaOw0Y=uVMf1MyiJ8k=gHeGn/ANI7M=eou5ECFbX2o=S%2BNLNBFFmPw=acyLS7%2BIpRs=iEqUXhPGx2I=zYIMtInoVi4=9kUQ6Y2zGdo=ffniGBAzXWg=QcQxK8K/M8c=FTiBYKgfXak=cpQNg51nA5k=awDsRWqxefM=INoATTEVV/U= 0, __utmc, 101873361 1361271930, __utma, 101873361.2029555309.1298199929.1298199929.1298199929.1 1313967930, __utmz, 101873361.1298199930.1.1.utmcsr=facebook.com | utmccn=(referral) | utmcmd=referral | utmcct=/ajax/emu/end.php
BrandAlley	http://www.brandalley.fr/CoMarque/Corner-609-Marque-91-puma?xtor=AD-4369&Origine=1163&utm_source=facebook&utm_medium=display&utm_term=Puma2_F28&utm_campaign=facebook-fil-rouge	xtor=AD-4369 Origine=1163 utm_source=facebook utm_medium=display utm_term=Puma2_F28 utm_campaign=facebook-fil-rouge		0, PHPSESSID, sc07b0sskve1ht04phq1mtgpsld246ne 1303383916, popupjeux, 1 0, poppupjeuxSession, on 1300878315, OrigineClick, 1298199915958 1300878315, Origine, 1163
Voyage-prive.com	http://www.voyage-prive.com/campaign/reg/paillote/dnsmediagroupadv/154?C=6003014147930&77tadunit=4d64be74&77tadvert=6003014147930&SourceId=451&77twebsite=d1a49a8d	C=6003014147930 77tadunit=4d64be74 77tadvert=6003014147930 SourceId=451 77twebsite=d1a49a8d		1329735921, cook_country, fr 1300619121, vp_theme, 2 1298286321, PHPSESSID, 8a46b04d872909c949fd9bb9aa391902
Divao	http://www.divao.com/tee-shirt/?id=170&utm_source=partenaire&utm_medium=lien&utm_content=facebook&utm_term=facebook&utm_campaign=facebook	id=170 utm_source=partenaire utm_medium=lien utm_content=facebook utm_term=facebook utm_campaign=facebook		

Modernisation du gouvernement	http://cequecachangepourvous.modernisation.gouv.fr/			
ClinLife	http://www.clinlife.fr/lpg/1177/3?utm_source=Facebook&utm_medium=cpc&utm_campaign=100569_facebook_ad1	utm_source=Facebook utm_medium=cpc utm_campaign=100569_facebook_ad1		
1 nuit gratuite	http://www.1nuitgratuite.be/?utm_source=Facebook_FR&utm_medium=advertentie&utm_campaign=1nachtgratis	utm_source=Facebook_FR utm_medium=advertentie utm_campaign=1nachtgratis		
Fier du service public	http://www.facebook.com/fiers.du.service.public?v=wall	v=wall		
PriceMinister	http://www.priceminister.com/op/LPAVSEMFF?t=2408240	t=2408240		1298286337, pupparrain2, -1 1298286337, pupparrain1, -1 1300791934, xtdate104628, Sun Feb 2020 11 12 05 34GMT+0100 1300791934, xtor104628, al-2408240 facebook-fantfev11 1613559934, xtvrn, 104628 0, provenance, 1 1300791929, pm, country=249, lasttracking=2408240, lasttrackingdate=2011-02-20+12 05, 21.786, tracking=2408240, trackingdate=2011-02-20+12 05 21.786, version=1_1, 1300791929 ab_monet_comparator, xt A cv monet_comparator.default 0, JSESSIONID, AF6BFB4EB0838B42624284566ACE8F97.pendragon
My IT Boy	http://www.my-itboy.com/?utm_source=facebook&utm_medium=310111&utm_campaign=facebook_myitboy	utm_source=facebook utm_medium=310111 utm_campaign=facebook_myitboy		0, __utmc, 93513473 1361271934, __utma, 93513473.2138970211.1298199934.1298199934.1298199934.1 1313967934, __utmz, 93513473.1298199934.1.1.utmcsr=facebook|utmccn=facebook_myitboy|utmcmd=310111

CityDeal sur Groupon	http://www.groupon.fr/sites/www.citydeal.fr/lp/lp/006/index.php?CID=FR_DIS_1_100_3257_0003&utm_source=dis_1&utm_medium=dis_100&utm_campaign=dis_1005&utm_content=dis_0003&timg=crepes3	CID=FR_DIS_1_100_3257_0003 utm_source=dis_1 utm_medium=dis_100 utm_campaign=dis_1005 utm_content=dis_0003 timg=crepes3		

Listes des cookies récupérés en fin de session

www.aufeminin.com	1299927919	xtdate453721	Sun Feb 20 2011 12:05:19 GMT+0100
www.aufeminin.com	1299927919	xtor453721	ad-23
www.aufeminin.com	1613559919	xtant453721	1
www.aufeminin.com	1613559919	xtan453721	-
www.aufeminin.com	1613559919	xtvrn	453721
.mozilla.org	1327328276	dloadday	82.216.251.161.1295792273255983
.mozilla.org	1298383940	wtspl	728140
.mozilla.org	1611119572	WT_FPC	id=2a0555d57ab94e5d5a01295759540360:lv=1295759572968:ss=1295759540360
.invitemedia.com	1327932407	dp_rec	"{\"1\": 1296396405+ \"3\": 1296396389+ \"2\": 1296396340}"
.invitemedia.com	1327932407	subID	"{}"
.invitemedia.com	1327932408	exchange_uid	"eyIyIjogWyI1NTg3NDkyNDE2MTU5NDA4MDg1IiwgNzM0MTY3XSwgIjQiOiBbIkNBRVNFS3VJZWFHdncwTzAzbIQ5MFR4Q2s4TSIsIDczNDE2N10sICI3IjogWyI1MjM5OTQyNy0zMjU3LTRENDctQjMyMy02QThENTZFNzlFREYiLCA3MzQxNjddfQ=="
.invitemedia.com	1327932407	frequency	"{\"440965\": [1296482739+ 2+ 1296396339+ 2+ 1296396339+ 2]+ \"456570\": [1296482788+ 1+ 1296396388+ 1+ 1296396388+ 1]+ \"439397\": [1296482805+ 1+ 1296396405+ 1+ 1296396405+ 1]}"
.invitemedia.com	1327932407	impressions	"{\"440965\": [1296396339+ \"8F1CE235-BABF-42C4-B393-875D33C6241E\"+ 83069+ 39720+ 1682]+ \"456570\": [1296396388+ \"B3C9AD6B-7735-4280-8459-86DBFDBABD04\"+ 83064+ 39720+ 1682]+ \"439397\": [1296396405+ \"6E6A4C99-8E3D-4129-A037-5ED161BA99B9\"+ 83064+ 39720+ 1682]}"
.invitemedia.com	1327932407	io_frequency	"{\"8359\": [0+ 0+ 1296396405+ 2+ 1296396388+ 2]+ \"8455\": [0+ 0+ 1296396339+ 2+ 1296396339+ 2]}"
.invitemedia.com	1359468338	uid	689411ef-d746-42b6-807c-029bce63a7db
.displaymarketplace.com	1359554607	mpackc	v1^
.turn.com	1311948338	rv	1
.turn.com	1311948338	rds	15005%7Cundefined%7Cundefined%7Cundefined%7Cundefined%7C15005%7C15005%7C15005%7C15005%7C15005

.turn.com	1311948338	rrs	1%7Cundefined%7Cundefined%7Cundefined%7Cundefined%7C6%7C7%7C8%7C9%7C1001
.turn.com	1311948339	uid	7414326359223025914
www.experteerads.com	1329734930	OXLIA	1359.lgpbap-0_1366.lfu6ge-0_1358.lfua20-0_1980.lgpbau-0
www.experteerads.com	0	OAVARS[ad9d5ca9]	a:3:%7Bs:8:%22bannerid%22%3Bs:4:%221979%22%3Bs:5:%22OXLCA%22%3Bi:1%3Bs:6:%22oadest%22%3Bs:65:%22http://www.experteer.fr/account/signup_l/linkedin_fr_Text_50/lp06%22%3B%7D
www.experteerads.com	1300790930	_OXLIA[1979]	lgwwpc-0
www.experteerads.com	1329734930	OAID	c44bee97293544192e68126776da4978
.outbrain.com	1330265268	_rcc	"r | c | f:0"
.outbrain.com	1330265268	_lvs	976012
.outbrain.com	1607436467	obuid	a96730ed-66f8-4887-aa9f-da28e94297a9
.cidj.com	1311558820	__utmz	162430510.1295790821.1.1.utmcsr=google | utmccn=(organic) | utmcmd=organic | utmctr=professionrelationspubliques
.cidj.com	1358862820	__utma	162430510.671582763.1295790821.1295790821.1295790821.1
bonprixfr.widget.criteo.com	0	X-Mapping-hmeipdnj	5F5721550FFCCAC61DCD653C4773D387
.adecn.com	1311948339	AEID	YTViY2VlZjk3MTVkNDRkMzlkM2UxMTlzODA5ZWE2MTU= | moM1S+qs9vSTyo6dP5qMZWceREchYR9LCnXC082oZ0E=
.zalando.fr	0	__utmc	259084417
.zalando.fr	1361271906	__utma	259084417.1890711540.1298199907.1298199907.1298199907.1
.zalando.fr	1313967906	__utmz	259084417.1298199907.1.1.utmcsr=facebook.com | utmccn=(referral) | utmcmd=referral | utmcct=/ajax/emu/end.php
.zalando.fr	1300791904	PESSIONID	96716e57-f1d0-4ddf-8d90-424265d555e9
.collective-media.net	1358862090	cli	11dd6dd70407388
.media6degrees.com	1311948342	ipinfo	2lfu9tf0zik04h0000syyb13szz2O4555555SE8TeraboyrfAPAhzrevpnoyrFNeahzrevpnoyr.se0
.media6degrees.com	1311948342	clid	2lfu9tf011711sn01k7c64ya000000010u010601101
.everesttech.net	1898199903	everest_g_v2	g_surferid~BbRNYPVdyHsAAMpR
.everesttech.net	0	everest_session_v2	BbRNYPVdyHsAAMpR
.netseer.com	1359467160	netseer_v3_vi	"2:usr3fe118c2192bc867:1296395158385,11::1296395158385"
.iscom.fr	1311558841	__utmz	4018216.1295790842.1.1.utmcsr=google | utmccn=(organic) | utmcmd=organic | utmctr=btscommunicationstrasbourg
.iscom.fr	1358862862	__utma	4018216.1461949313.1295790842.1295790842.1295790842.1
network.aufeminin.com	0	ASPSESSIONIDQQRSSRDC	ANNPKFODPMECBKGIMILIOBJJ
.zalando.de	1613559908	PAPVisitorId	03bb543fb73ba34191374e29e1900K3e
.toutsurlesabdos.com	1313967903	__utmz	222898206.1298199903.1.1.utmccn=(referral) | utmcsr=facebook.com | utmcct=/ajax/emu/end.php | utmcmd=referral

.toutsurlesabdos.com	0	__utmc	222898206
.toutsurlesabdos.com	1361271903	__utma	222898206.726808975.1298199903.1298199903.1298199903.1
www.zalando.fr	1613559908	PAPVisitorId	03bb543fb73ba34191374e29e1900K3e
www.zalando.fr	1299409506	zalFrLastVisit	true
www.zalando.fr	0	BIGipServerwww.zalando.fr_http	3044336650.20480.0000
www.zalando.fr	0	JSESSIONID	6475790078BF59A20EAD310DE438C212.jvm_http05_p0120
.fr.insidefacebook.com	1312163142	__utmz	74324933.1296395143.1.1.utmcsr=google | utmccn=(organic) | utmcmd=organic | utmctr=twittersynchroniserfacebook
.fr.insidefacebook.com	1359467142	__utma	74324933.701047255.1296395143.1296395143.1296395143.1
.imrworldwide.com	1611149908	IMRID	TTwvU6wVaBMAAGtm0pw
.imrworldwide.com	1611149908	V5	AStfNj0DPjpUFT8VCiljIy4AJV8SFVInHIIerw__
.vente-privee.com	1611754746	xtvrn	337001
www.spawnrider.net	1327931159	wpgb_visit_last-http://www_google.fr	SunJan30201114:45:59GMT+0100
www.linkedin.com	1329737014	leo_auth_token	"LIM:92588733:i:1298201013:3e7457df00ffefdaca153d837c625b834bc7f886"
www.linkedin.com	3445682574	_lipt	"0_avJgl3heOViFNysRa2HlbTriUlHltyRsslSmJLZwg0NP8Jz7JkNtlvmNBdYxMfP14NRksEVtzHk9_ND7vyT8Mv_L1jRMMxHevP16EDGS_5n8-wdHlTyTA3j8YswnWP6oAAOG02jnkivKIe38SBeDFZuDYNWghiCe5Q7uA_N5yok4xfYQeQHfCzGS9-KCGhkOL21mFKThSygnvf021ySJXaFZW9cRaCof7Nyg5tijhjl"
www.linkedin.com	0	JSESSIONID	"ajax:6122178486767022083"
www.linkedin.com	3443273615	visit	M
.247realmedia.com	1300791932	criteogpe2mban	1
.247realmedia.com	1609459201	RMFD	011PjXT9O104lUn
.247realmedia.com	1609459201	OAX	Utj7oU1FaZgABou5
.atdmt.com	1361232003	AA002	1298199907-2974138
.atdmt.com	1315440003	MUID	1212E4EA762942699BC69830306A2A64
.youtube.com	1613559923	PREF	f1=50000000
.youtube.com	0	GEO	d979cabf9068e51b1dcfeb565d9d9bcbcwsAAAAzRIJS2PuhTWD1bw==
.youtube.com	0	use_hitbox	72c46ff6cbcdb7c5585c36411b6b334edAEAAAAw
.youtube.com	1317131152	VISITOR_INFO1_LIVE	UZr98zSfhiw

facebook2.twitter.com	1298987879	_twitter-fb_session	84t7oyDO2zkzU7BtJiicfoKPX8eLh5xdbbTdAav1SCE=--J3AOUyl9IWALujqupry3rBhhSSAeYvKj7o9WHz%2BYFa8/wXAmBa570uqyHbYPH7R5PhA%2B/08s37zr9q1Hab36Ir8WLOeMmB9OAw8I25wTZku2jS8fffXmMOyl3LtUtSYB/nQknhRiLp4Sosbe6qoaK6R49cymzN9SlicgarP0s5c9xa33OLp/183W7PqwRUyTsE/REKhgkHQRqI/r5kKRx569PAi0e3KXStpQEizKKhARBnOFfoJlu8Vvivfa/y0FC9IsTxLHAcAXKWDBedtMET5Ffx3au7NJUyeu47kHtiQDTFCaTwWbABaP0bsXgXwM4KtMhWO2P90ByqubAKJFalhRftJ9VgNpPX9nYfRBHMMSwSsdUMs4i//Nopx/Q3qmLq1660FfHP06yLfi9S114dMsBpVZ1hBxyFJTunX%2BL5cdSosDUkqMgb7hrdQWTw2MY93kn7yL/z7uJwQVBerO0/asMbnbMP7IzrVGgju3nILWoZso3KFUYawxKSeJGBcuDq51SuA0Jntbs8F1YePFrdMuCsgYeQlnl4sZtUqGzfIB9Qhabsch0/zzl3NJ41E36dqgVTiv5TBPccnepQKf8GEirUvpsC931ByvTf/hs4Uzg7j1pCpPHO3HZKzgt/EDulxrpUjeyhwuAUSjV%2BU96vyVgKZk%2BKCo5pCT
www.viadeo.com	0	Coyote-2-a030164	a040109:0
www.viadeo.com	1298454532	mwbSplashScreen	51
www.viadeo.com	0	JSESSIONID	D90B468243EA79905D393A8C09F75FF4.tomcat9
www.smartadserver.com	0	ASPSESSIONIDQQRSSRDC	EPLPKFODKPMFPBMJDAONGHCI
www.smartadserver.com	1300748402	comp	s2358=criteoleparisien=true
www.aymericlagier.com	1327499146	wordpress_ratepost	d61cd41273c44c8013fcdba161ca36e0
.tf1.fr	1300791937	crtgobmega2	1
.tf1.fr	1300791936	critgpave	1
.tf1.fr	1300791932	crtgobmega	1
.tf1.fr	1300791920	crtgob2	1
.tf1.fr	1300791919	crtgob	1
.tf1.fr	1300791917	critgeurosport	1
.tf1.fr	1300791912	critg300	1
.tf1.fr	1300791910	critg728	1
static3.viadeo-static.com	0	JSESSIONID	F415B099B260E2B30FB14213C3639B1D.tomcat14
.aufeminin.com	1613516402	afpperso	cstid=337118888605710265 7&tcp=ok10
.aufeminin.com	0	__utmc	236114961
.aufeminin.com	1361271919	__utma	236114961.2010839489.1298199920.1298199920.1298199920.1
.aufeminin.com	0	__utmv	
.aufeminin.com	1313967919	__utmz	236114961.1298199920.1.1.utmcsr=facebook.com|utmccn=(referral)|utmcmd=referral|utmcct=/ajax/emu/end.php
.aufeminin.com	1298372719	pbwmaj5	y
.aufeminin.com	1360407919	pbw	%24b=12036%3B%24o=11061%3B%24sh=6%3B%24sw=6
.aufeminin.com	1360407914	TestIfCookieP	ok
.aufeminin.com	0	TestIfCookie	ok

.aufeminin.com	1360407914	pid	4876879920323698038
.aufeminin.com	1360407914	pdomid	52
.aufeminin.com	0	afperso	p%5Fpe=4&tcs=ok10&DomUser=/fr
.aufeminin.com	1329692402	afCst	np=1&nv4=1&np4=1&nv=1&dlv=598325&dls=598325&dfv=598325
.aufeminin.com	0	sasd	%24a=38t%3B%24cn=FR%5FB9%3B%24qc=1310520890%3B%24ql=medium%3B%24qpc=38000%3B%24qpp=0%3B%24qt=184%5F597%5F42257t
.aufeminin.com	0	p%5Fvisite	20/02/2011+12:05:10
.mediaplex.com	1361341033	mojo2	16955:13764
.mediaplex.com	1392877033	svid	204266785530
.leblog.vendeesign.com	1312163077	__utmz	188349621.1296395078.1.1.utmccn=(organic)|utmcsr=google|utmctr=twitter+sur+facebook|utmcmd=organic
.leblog.vendeesign.com	1359467077	__utma	188349621.697744543.1296395078.1296395078.1296395078.1
.leblog.vendeesign.com	1927115077	_jsuid	9436962285674881084
.xiti.com	1611754745	idrxvr	89CCDFA5-5C22-4773-8B45-28FC475B4B56
.apicit.net	1327930635	apicit	b553dbe09114cc85f94d4b6a20e1f27d
.brandalley.fr	0	__utmc	15573733
.brandalley.fr	1361271916	__utma	15573733.1102688985.1298199916.1298199916.1298199916.1
.brandalley.fr	1313967916	__utmz	15573733.1298199916.1.1.utmcsr=facebook|utmccn=facebook-fil-rouge|utmcmd=display|utmctr=Puma2_F28
.brandalley.fr	0	r_gact_session	1298199916
.lycee-jean-rostand.fr	1311558687	__utmz	3493805.1295790687.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=strasbourglyc%C3%A9e
.lycee-jean-rostand.fr	1358862741	__utma	3493805.590018474.1295790687.1295790687.1295790687.1
trackicollect.ibase.fr	0	ASP.NET_SessionId	3h2hid55opdvl4450xptfi55
deliv.spir.fr	0	NSC_u1efm_qppm_iuuq	ffffffff0909d79c45525d5f4f58455e445a4a423660
.advertstream.com	1300791918	phpAds_partner3	eJxTNKwxNLK0MLS0tDQwt64xNDYwMLc0BLIVjeAShmYICUNTACIDC0M=
.advertstream.com	1327952005	cca10idv1	4d456b4483ce0%7C1296395076
.advertstream.com	1327931073	phpAds_geo3	eJxTNKxxC6oxNDYytzQ2NDA3BAAjjwPl
.ebayrtm.com	1359466640	RUP	D1AQAAAS2/npokAAaPkkCvYXSkiRtlit8bQNZNCSEmvxYen0Hw3Z4CiyGRvHqsZxY*
.microsoft.com	1611411255	MC1	GUID=2dc6d05478414c2996d1bf4cfca9c36b&HASH=2dc6&LV=20111&V=3
.microsoft.com	1298470452	msdn	L=1033
.adnxs.com	1305975910	anj	Kfu=8fG5EfCxrx)0s]#%2L_'x%SEV/hnKD(QiFp$^_47)OWbc3Rn!·–
.adnxs.com	1305975910	uuid2	5587492416159408085
.adnxs.com	1298286310	sess	1

.stackoverflow.com	1311559901	__utmz	140029553.1295791902.1.1.utmcsr=google | utmccn=(organic) | utmcmd=organic | utmctr=howtolistcookies
.stackoverflow.com	1358863901	__utma	140029553.1076882389.1295791902.1295791902.1295791902.1
.stackoverflow.com	2147385600	__qca	P0-1744245710-1295791901850
www.my-itboy.com	0	PHPSESSID	qnmjrd71amfn2un078c1gs13o0
ad.zanox.com	1298988407	zpvc	5C107188S1466791190564214784T1333I13777754C0T1333I16658639C0T1328I15169245C0T0
.cequecachangepourvous.modernisation.gouv.fr	0	__utmc	108587664
.cequecachangepourvous.modernisation.gouv.fr	1361271921	__utma	108587664.1896387626.1298199921.1298199921.1298199921.1
.cequecachangepourvous.modernisation.gouv.fr	1313967921	__utmz	108587664.1298199921.1.1.utmcsr=facebook.com | utmccn=(referral) | utmcmd=referral | utmcct=/ajax/emu/end.php
mail.google.com	1298803754	gmailchat	heidinum@gmail.com/994470
mail.google.com	0	GMAIL_AT	AF6bupMx0OUCXXX_9A-LOOxORjHi2QVlHw
mail.google.com	0	S	gmail=-i2O2mNNRREPoad87lMJtw:gmproxy=1llHJ9vbDTrZ2BgBxNtWPw
www.cidj.com	1327326820	OAID	d496d4d83713b564e5db3ad79ac9a248
.serving-sys.com	1304152653	u2	862c3d05-b5fa-4c91-b853-5236ee241c603Gs080
.serving-sys.com	1304152653	C4	
.serving-sys.com	1304152653	B3	8bqc0000000001s.
.serving-sys.com	1304152653	A3	gK5xachB0aWI00001
.1nuitgratuite.be	0	__utmc	143091509
.1nuitgratuite.be	1361271928	__utma	143091509.324570758.1298199929.1298199929.1298199929.1
.1nuitgratuite.be	1313967928	__utmz	143091509.1298199929.1.1.utmcsr=Facebook_FR | utmccn=1nachtgratis | utmcmd=advertentie
.redcatsusa.com	1454074635	s_vi	[CS]v1 | 26A2B4C4851D2518-40000142000C24B1[CE]
.veoxa.com	1299409531	presence_home	bb_10027
.amazon.fr	1927116228	at-acbfr	"4 | TrN7HyVFzf/ddvnDx0NPQZkE9GxFmuC3pLj5EFQ37svfsDkRDyQA4yPDrfQgUClGttoZ5IcW5xTaTGv63fOQ3k55/wq6ocFNZwgnh5HU4eHhqGVK43sFnglx/yTC7lqwT3HZ2puZua1/VLQ0ipjKcZP8LkUDHhFybOT/0AbdwnEhaQLQpjm2Ge4d6ESiBvsdtAUX3GI6AAp41FjLeaJloA=="
.amazon.fr	1927116228	x-acbfr	8gHethkGlD8Uywockxiha2dcfS8rFK8i
.amazon.fr	1927116228	session-token	"CDTssjGYI51MhKayg+57jcO89w3LQlp8Y2To/bDbthZEoOytfmxw2oTyGM52VvbgIsJLBi3J2hULUvqXOqwNBDBjQxTOdatVSoNNppS1+EBgcClNRnT46rLFW0szLVY2AyCPN/0yv7svPU1EjZdbds7wJ3uq4dFbAHrwRQPSy55gwb2RNOm7ChRmu1qXRDpogMnPDf659T4P01nxg3XVU35dun+FRN2FEiSeNeTPwXs="
.amazon.fr	2082754804	ubid-acbfr	280-3646349-0810416

.amazon.fr	2082754804	session-id	275-3770754-8360612
.amazon.fr	2082754804	session-id-time	2082754801l
www.twingly.com	1302395150	.ASPXANONYMOUS	DjxbIhX3ywEkAAAAMzk4NzY4ZDYtNjNjMy00OTE4LTk5ODAtZWQ2ODEyZmFkMDJimFwEn47e10RpNyoA99WylC4o4i81
twitter.com	1327931039	phx_seen_banner	true
twitter.com	1298381991	js	1
twitter.com	1298381894	guest_id	129578989316527729
.dailymotion.com	1300791919	criteodm070	1
.dailymotion.com	1300791919	criteodm130	1
.dailymotion.com	1609459202	OAX	Utj7oU1g9WwABRlq
.amgdgt.com	1300791917	UA	AAAAAQAUWgpAJKgcUANKJJvatUW4WfbVC_kDA3gBY2BAAN.EyAYGZgaGBTmMDIwMDFmTwFSQLqMokMeo57RvTSREMQCV3AZg
.amgdgt.com	1298986635	LO	AAAAAQAUowCfP5Vjp72FgS5lD66lwSszgVABAGZyYTtqOzl1MDA3NTtwYXJpczs_O251bWVyaWNhYmxlIGlzIGEgY2FibGUgbmV0d29yayBvcGVyYXRvciBpbiBmcmFuY2Ugb2ZmZXJpbmcgdHYgdm9pY2UgYW5kIGludGVybmV0IHNlcjtjYWJsZTs4Mi4yMTYuMjUxLjE2MQ--
.amgdgt.com	1611754635	ID	AAAAAQAU2gxSBr1.UYR78ugn.DGfs2piafUAAI4npU6ks0sopQDG7csh1r4AAAEt1yRCcw--
.opt.fimserve.com	1611755160	pfuid	CIlol01Fa5Yu5mRJcwJ8Ag==
.cdxcf.info	1577145002	__cfduid	dc15a27642eec5565b8564c2e367fe1281295790465
.quantserve.com	1305974983	d	EFoBEwGMBoGVCl35OVA
.quantserve.com	1611409109	mc	4d3c2f54-267a2-16e05-42cc0
.mythings.com	0	uip	82U216U251U161
.mythings.com	1303383935	mttgt	e3RzOilxMTAyMjAxMTA1MzMiLGNtcDpbXX0=
.mythings.com	1613819135	ckid	101e6a83-3684-4487-bf37-d653b4d4f1e7
.mythings.com	0	cksession	49f61776-9b26-495f-a515-89b873bd1eb8
.mythings.com	1303383935	mt_1223-100-fr	02|WgAAAB+LCAAAAAAAABADsvQdgHEmWJSYvbcp7f0r1StfgdKElgGATJNiQQBDswYjN5pLsHWlHlymrKoHKZVZlXWYWQMztnbz33nvvvffee++997o7nU4n99//P1xmZAFs9s5K2smeIYCqyB8/fnwfPyJ+cXZ+/uh73x8tsuLRR7s7u7sfjZqLR9/7xXn76N7lfbaij94++mj60ejy0Ucvirf5R7/k+6O2oa93d/b2qMnO/Xv3PhpNH+2OmjnB+yXf/yX/TwAAAP//0bwRRVoAAAA=
.twittermastermarketing.com	1313751915	ubvt	82.216.251.161.1298199903050288
.twittermastermarketing.com	0	__utmc	248588418
.twittermastermarketing.com	1361271909	__utma	248588418.963745343.1298199909.1298199909.1298199909.1
.twittermastermarketing.com	1313967909	__utmz	248588418.1298199909.1.1.utmcsr=facebook.com|utmccn=(referral)|utmcmd=referral|utmcct=/ajax/emu/end.php
user.lucidmedia.com	1327931162	2	2rL_4SlB0mQ

www.ziinga.com	1300791906	CakeCookie[Partner][Time]	2011-03-22
www.ziinga.com	1300791906	CakeCookie[Campaign][Source]	19396
www.ziinga.com	1300791906	CakeCookie[Partner][Action]	pair
www.ziinga.com	1300791906	CakeCookie[User][Redirect]	home
www.ziinga.com	1300791906	CakeCookie[Click][Unique]	1
www.ziinga.com	1300791906	CakeCookie[Partner][Name]	fr-cam
www.ziinga.com	1300791906	CakeCookie[Owner][Name]	afb-fr-MAS
www.ziinga.com	1300791906	CakeCookie[Partner][Id]	19396
www.ziinga.com	1300791906	CakeCookie[User][New]	1
www.ziinga.com	0	PHPSESSID	vht0d4pjbted96ek0mnb7j22g6
.horyzon-media.com	1358603154	pbw	%24b=12036%3B%24o=11061%3B%24sh=6%3B%24sw=6
.horyzon-media.com	1358603153	TestIfCookieP	ok
m.webtrends.com	1611152055	ACOOKIE	C8ctADgyLjIxNi4yNTEuMTYxLTM0NzYyNTM3MTIuMzAxMjg5MDMAAAAAAAABAAAAeQEAALU3PE20NzxNAQAAABUAAAC1NzxNtDc8TQAAAAA-
.tradedoubler.com	1329735906	BT	z11zz15gz27oUvHzzzz9yUjoVJIG
.tradedoubler.com	1329735906	TD_UNIQUE_IMP	199505a5860085
.tradedoubler.com	1329735906	TD_POOL	1d1D**OMfr*MMLL**2KVRy*1
.ftv-publicite.fr	1300791917	critg3	1
.ftv-publicite.fr	1300791911	critg2	1
.ftv-publicite.fr	1300791910	critg	1
www.meilys.fr	1298372705	meilys_code_promo	GIFT30T
mfr.247realmedia.com	0	NSC_n1efm_qppm_iuuq	ffffffff09097b8345525d5f4f58455e445a4a423660
.descary.com	1312163152	__utmz	218803212.1296395153.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=twittersynchroniserfacebook
.descary.com	1359467152	__utma	218803212.1018598259.1296395153.1296395153.1296395153.1
.wikio.fr	1359467151	__utmv	229108122.fr::videos::video::3011972
.wikio.fr	1312163151	__utmz	229108122.1296395151.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=twittersynchroniserfacebook
.wikio.fr	1359467151	__utma	229108122.267473058.1296395151.1296395151.1296395151.1
.fnac.com	1454074654	s_vi	[CS]v1|26A2B4CD850135A9-40000108C0009B09[CE]
.fnac.com	1454161053	s_ev14	%5B%5B%27FnacAff%27%2C%271296394653669%27%5D%5D

.fnac.com	1454161205	TEST	ok
.fnac.com	1454161205	ORGN	FnacAff
.fnac.com	1454161049	NBART	0
.fnac.com	1454161205	accept	ok
.fnac.com	1454161049	FMBasketProductsCount	0
.fnac.com	1454161205	UID	02ae96ab0%2D539b%2D48ea%2D4cce%2Dba9ddeafa884
.fnac.com	1454161205	SID	2ee7c678%2D5779%2Db2d9%2De61a%2Daa5c389586cb
.fnac.com	1454161205	TTL	310120111440
.fnac.com	1454161049	SEGMENTDATE	30/01/2011+14:37:27
.fnac.com	1454161049	SEGMENT	100
.ebay.fr	1327930734	cid	O4T6xIIJE6EEMniO#1901968017
.ebay.fr	1454074734	lucky9	6026483
.ebay.fr	1327930641	npii	btguid/d724498a12d0a0267c324732fff1c9244f269d0d^cguid/d7244b6312d0a47a44d750c7ff56a15b4f269d0d^
.ebay.fr	1327930734	nonsession	CgAFMABlPJp1sNGQ0NTY5ZWMuNzEuMS4xMC42MC41LjAuMgDKACBWq2tsZDcyNDQ5OGExMmQwYTAyNjdjMzl0NzMyZmZmMWM5MjQAywABTUVw9DTwcOhz
.ebay.fr	1359466734	dp1	btzo/-3c4d4577fc^u1p/QEBfX0BAX19AQA**4f269d6c^idm/14d46bb10^
.divao.com	0	__utmc	86161293
.divao.com	1361271929	__utma	86161293.1717663795.1298199929.1298199929.1298199929.1
.divao.com	1313967929	__utmz	86161293.1298199929.1.1.utmcsr=partenaire|utmccn=facebook|utmcmd=lien|utmctr=facebook|utmcct=facebook
.divao.com	1324119920	tcmdid	16543190
.divao.com	1324119920	aip	82.216.251.161
.divao.com	1300791920	oid	170
leblog.vendeesign.com	1327931078	azl6n-4w370yafp4_r	0
social.answers.microsoft.com	1327328052	.ASPXANONYMOUS	4DHnRtnZzAEkAAAAM2JlNWQ4ZmYtOWViOC00OWQ0LWIwNTktMzlmNDZkMGZiM2My-xrnTV7EMp4dHXn3TLy0dM-NxmU1
ww381.smartadserver.com	0	BIGipServerSMART2	755434250.23040.0000
ww381.smartadserver.com	0	ASPSESSIONIDCQBDTCAS	MJPAODEADIGJBLJMDHDHDAKM
ww381.smartadserver.com	0	sasd	%24a=38t%3B%24cn=FR%5FB9%3B%24isp=0%3B%24qc=1310520890%3B%24ql=medium%3B%24qpc=38000%3B%24qpp=0%3B%24qt=184%5F597%5F42257t
.fr.ebayrtm.com	1359466640	RUATD	0%3BMTU0NTIxOjAtMjE2MDY1Nzc=

.fr.ebayrtm.com	1359466640	RUA	D1AQAAAS2/npokAAYUPLlmTOtXIdYkbBL1adsTAE8RWNWpQ%2BoaiuJLA1QEXOHuD3leQiFQpizLuIN35VmwjyT/rFpR1gmG6B3BQUTwgM9Ta8QrzECy/8YuHl45uBfxQz3MM2UNJEKfP3fF%2BRo0x5BO
.fr.ebayrtm.com	1327930639	TC01	wAgpTkcdLBAAACQDgLmDAAAAAAAMoZQHErBDC
.fr.ebayrtm.com	1327930639	M01	AIQgA
.fr.ebayrtm.com	1327930639	A01	gAIANAuYOAAAAAAAwzgOrBD
.fr.ebayrtm.com	1327930638	PS	T.0
.attrapezetgardezunhomme.com	1298202249	__utmb	58497146.2.10.1298199914
.attrapezetgardezunhomme.com	0	__utmc	58497146
.attrapezetgardezunhomme.com	1361272449	__utma	58497146.1574603637.1298199914.1298199914.1298199914.1
.attrapezetgardezunhomme.com	1329736449	WRUID	1389798729.1120325906
.attrapezetgardezunhomme.com	1313967913	__utmz	58497146.1298199914.1.1.utmcsr=facebook.com|utmccn=(referral)|utmcmd=referral|utmcct=/ajax/emu/end.php
.a2dfp.net	1300791919	IAASRC	%7C5:1303383907%7C3:1303383915%7C9:1303383917%7C
.cnn.com	1454076468	s_vi	[CS]v1|26A2B859051D0D53-40000102A020E345[CE]
.cnn.com	2147385600	__qca	P0-1495866313-1296396467785
www.1nuitgratuite.be	0	PHPSESSID	6d7a9769681fcd8aa09ed81fde9aa4fa
tap.rubiconproject.com	1327931164	dq	1|0|1|0
www.club-astucieux.fr	0	ASPSESSIONIDCSQCTRSS	IDIDDGGALAAJGHANAAMMGFCE
.player.vimeo.com	0	__utmc	256147786
.player.vimeo.com	1361271910	__utma	256147786.1801097923.1298199911.1298199911.1298199911.1
.player.vimeo.com	1313967910	__utmz	256147786.1298199911.1.1.utmcsr=twittermastermarketing.com|utmccn=(referral)|utmcmd=referral|utmcct=/
.groupon.fr	1300791937	city	chambery
.groupon.fr	1303383937	CID	v=FR_DTI_0_0_0_0%7Cd=20110220120536
.groupon.fr	0	__utmc	14427105
.groupon.fr	1361271937	__utma	14427105.497797876.1298199937.1298199937.1298199937.1
.groupon.fr	1313967937	__utmz	14427105.1298199937.1.1.utmcsr=dis_1|utmccn=dis_1005|utmcmd=dis_100|utmcct=dis_0003
.groupon.fr	0	_vis_opt_test_cookie	1
.groupon.fr	1306839935	_vis_opt_s	1%7C
ads.clicmanager.fr	0	SERVERID	ns57
ads.clicmanager.fr	1300791932	data_client_CR	on
www.clinlife.fr	1298210823	cSessId	4a9sjsbsapp656gu97jjo51q15eb8d9q

.adviva.net	1451914653	ansv4_uid	308.5901344056303181764
ads.horyzon-media.com	1300748402	comp	s15515=criteotr=true&s14351=criteomappy728v2=true%3Bcriteomappy300=true%3Bcriteomappy728=true%3Bcriteomappy300v2=true&s15997=criteo728pa=true&s17339=criteotr=true&s14420=grosbill=on&s15511=criteoebay728=true%3Bcriteoebay300=true&s16217=criteotr=true&s16407=criteotr=true&s15623=criteo728pa=true&s15800=criteo050=true&s15753=criteo050=true&s15341=criteo050=true&s14480=criteo728pa=true&s15454=criteo050=true&s15738=criteo050=true&s15750=criteo050=true&s17398=criteotr=true&s15289=criteotr=true&s14448=criteotr=true&s17236=criteo050=true&s14394=criteo050=true&s14667=criteotr=true&s15482=criteo050=true
ads.horyzon-media.com	0	BIGipServerSMART	369558282.23040.0000
ads.horyzon-media.com	0	ASPSESSIONIDCSTTCBDQ	FLMNAGAEJFGEABJNDMACHDCC
.forms.aweber.com	1611755142	awpopup_1861959145_uniq	1
.laredoute.fr	1312162634	__utmz	57281717.1296394634.1.1.utmcsr=(direct)|utmccn=(direct)|utmcmd=(none)
.laredoute.fr	1359466705	__utma	57281717.719468231.1296394634.1296394634.1296394634.1
nxtck.com	1329735930	lsa	6145619a3ec41ef63ebe1f328ea53ae4
nxtck.com	1327932337	ccv2	"eyI0NDEyIjpbMTI5NjM5NDYzMyxudWxsXX0="
nxtck.com	1327930636	uuid	1b7c802a-e46e-4174-9fd5-764a385d12b1
.bs.serving-sys.com	1304152653	eyeblaster	BWVal=&BWDate=&debuglevel=
.2o7.net	1453472055	s_vi_bx7Cx7Cx7Bx60ax60ex7Cx7Cx60lfnc	[CS]v4|269E1BDB05159CE1-40000171801B701B|4D3C37B5[CE]
www.attrapezetgardezunhomme.com	1300791913	sawbutton	1
www.attrapezetgardezunhomme.com	0	PHPSESSID	73ec12a8ec078a086f322e2d8efe1ee1
www.groupon.fr	0	JSESSIONID	58C4FBF6CCB3763FFE0EF51B70064B9E.jvm_de10_p0320
www.groupon.fr	0	BIGipServerROC_TEG_www.stardeals.fr_http	3474974730.25600.0000
www.unionmaritime.asso.re	1327932072	phpbb2mysql_data	a:2:%7Bs:11:%22autologinid%22%3Bs:0:%22%22%3Bs:6:%22userid%22%3Bi:-1%3B%7D
.wikiodeliv.com	1609459201	OAX	Utj7oU1Fa48AC6hs
.scorecardresearch.com	1361273016	UID	12ccee5-80.236.32.168-1295789908
www2.smartadserver.com	0	ASPSESSIONIDAQDBDCAC	BOKGELNDGLFOLOJHNAMGOFPI
www2.smartadserver.com	0	sasd	%24a=38t%3B%24cn=FR%5FB9%3B%24isp=105%3B%24qc=1310520890%3B%24ql=medium%3B%24qpc=38000%3B%24qpp=0%3B%24qt=184%5F597%5F42257t
zalandofr.widget.criteo.com	0	X-Mapping-hmeipdnj	1959601DFCD478D25CB4F2979E16336E
.tribalfusion.com	1304172390	ANON_ID	agnrlISkTso6utomjt9k3jvCFiTYS5HFjWb2bKwU7bnaZbKRkUZa0CZay6MnSqhibPJ2aWfnx5pr980

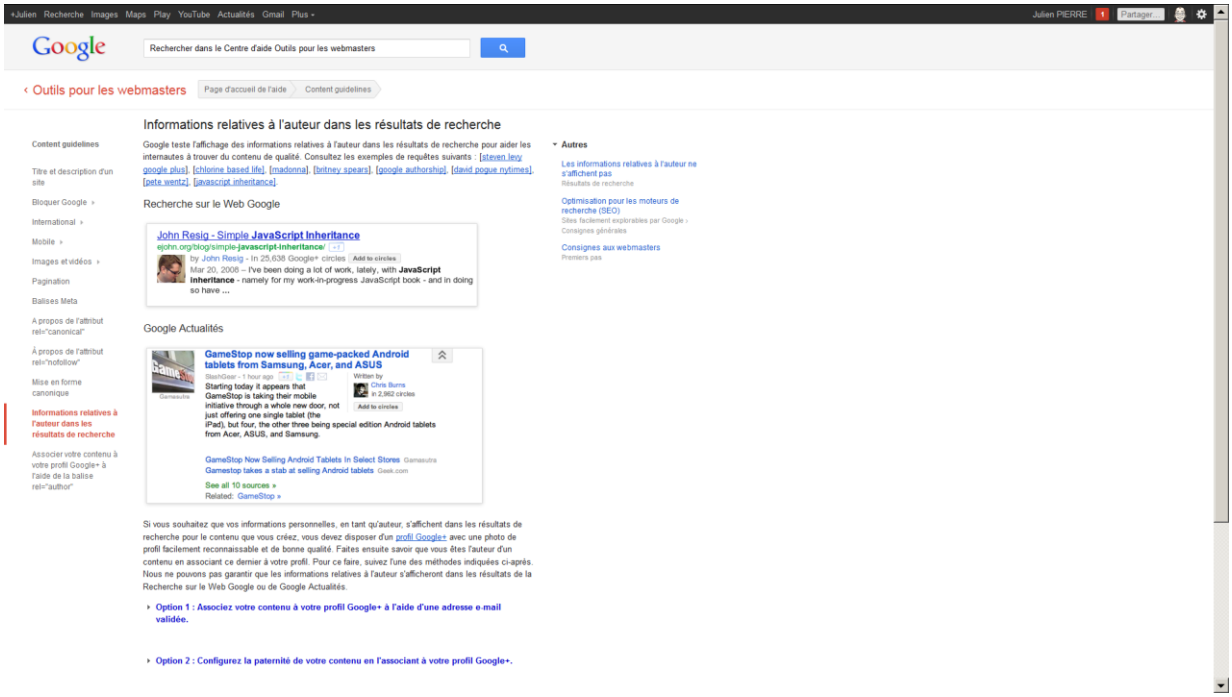
.spir.fr	1300791935	critgli	1
.spir.fr	1300791932	critgtop	1
statse.webtrendslive.com	1611151973	ACOOKIE	C8ctADgyLjIxNi4yNTEuMTYxLTIzNTE2MDM3MTIuMzAxMjg5MDMAAAAAAAABAAAAm/IAAGQ3PE1ENzxNAQAAAK1OAABkNzxNRDc8TQAAAAA-
.clinlife.fr	0	__utmc	237535954
.clinlife.fr	1361271929	__utma	237535954.909229715.1298199930.1298199930.1298199930.1
.clinlife.fr	1313967929	__utmz	237535954.1298199930.1.1.utmcsr=Facebook|utmccn=100569_facebook_ad1|utmcmd=cpc
.aymericlagier.com	2147385600	__qca	P0-1949515563-1296395146944
.aymericlagier.com	1312163146	__utmz	123399451.1296395147.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=twittersynchroniserfacebook
.aymericlagier.com	1359467146	__utma	123399451.1642911706.1296395147.1296395147.1296395147.1
.viadeo.com	0	__utmc	1
.viadeo.com	1361270935	__utma	1.1379225076.1295789913.1297844591.1298198936.5
.viadeo.com	0	__utmv	
.viadeo.com	0	__utmz	1.1298198936.5.1.utmcsr=(direct)|utmccn=(direct)|utmcmd=(none)
.viadeo.com	1313396589	stayConnected	00816reh9tx1ftz8
.viadeo.com	1360052589	rememberMe	003xqui7fu9pmd3
.viadeo.com	1358599540	autoReconnect	1
.wysistat.com	1300791931	cookie_roi_sarenza	4d60f57a021402.63375611%A71%A71%A71298199930%A71298199930%A7%A7%A70
.wysistat.com	1300791931	cookieallpr_sarenza	http://www.facebook.com/ajax/emu/end.php
.wysistat.com	1300791931	cookie_sarenza	0.8759743005584273_1298199931087%A71%A71298199930%A71%A71298199930%A70.8759743005584273_1298199931087
.wysistat.com	1298286331	ws_cookie_dns	dc1w216.wysistat.com
.eulerian.net	1361271920	etuid	ShFCkX6YVYzNR_PgWdmZCg--
.eulerian.net	1361271920	et0	DEQwyRwgEDJm_8YpRfjMNcl_EdYpXnAwUHdPqdnzDJNvuwhafjXeFWJoBtN0rz6nWTNHLcmu7YAe6zbMTT0xEkWyQ58y56FxOj79lJ4hw7cUCdbx4rmyooYDlZlY0DaYcUqMG7l58Oi0Ykstb_j30miz
.eulerian.net	1361271920	et	1
www.google.fr	0	GoogleAccountsLocale_session	fr
www.bonprixsecure.com	3445683555	countryinit	1
www.bonprixsecure.com	0	blade	28
www.bonprixsecure.com	1300791907	entry	SMA%7CFacebook%7Ctargetingtest%7C93%7C984%7Cohne Facebook_Lingerie+var+2%7C-1%7C1381221286926734027%7C01%7Csempro:SOCIAL:800440304::
www.bonprixsecure.com	0	JSESSIONID	B1287457935E2A376D5C30F2AF657A93

www.bonprixsecure.com	1613559907	UID	1381221286926734027
www.bonprixsecure.com	0	wkorbId	1381221286926734027
www.bonprixsecure.com	1298286307	TEST_SCHLUESSEL	412
.mybloglog.com	1327931070	mbl_sid	N2011013005442773
.mybloglog.com	2127585603	BX	5o1uv8p6kaqpr&b=3&s=o2
.smartadserver.com	1360407937	pid	4769170605303999123
.smartadserver.com	0	vs	15937=4280405&8163=4280388
.smartadserver.com	1298371737	pbwmaj5	y
.smartadserver.com	1360406937	pbw	%24b=12036%3B%24o=11061%3B%24sh=6%3B%24sw=6
.smartadserver.com	1298988406	Trk71806	Creation=30/01/2011+15:06:45&Value=146800
.smartadserver.com	1298988391	Trk4114	Creation=30/01/2011+15:06:28&Value=6449
.smartadserver.com	1358604407	pdomid	0
.smartadserver.com	1358599543	TestIfCookieP	ok
zalando01.webtrekk.net	0	wtsid_901509076477302	1
zalando01.webtrekk.net	1453719909	wteid_901509076477302	4129819990700970835
.tynt.com	1327931080	uid	CgUVaU1Fa0ZQRh46Bm+EAg==
.nouvelobs.com	1300791919	critgpv2	1
.nouvelobs.com	1300791910	critg	1
.linkedin.com	0	lang	"v=2&lang=fr&c="
.linkedin.com	1300790932	_lipt	0_avJgl3heOViFNysRa2HlbTriUIHltyRsslSmJLZwg0NP8Jz7JkNtIvmNBdYxMfP14NRksEVtzHk9_ND7vyT8Mv_L1jRMMxHevP16EDGS_5n8-wdHlTyTA3j8YswnWP6oAAOG02jnkivKIe38SBeDFZuDYNWghiCe5Q7uA_N5yok4xfYQeQHfCzGS9-KCGhkOL21mFKThSygnvf021ySJXaFZW9cRaCof7Nyg5tijhjl
.linkedin.com	1300790931	_leo_profile	"u=92588733"
.linkedin.com	0	sdsc	22:1%2C1298198927711%7EJOBS%2C09KR66/NnKrJcXmNR0DwTLCLBmQg=
.linkedin.com	1358861951	__utmv	23068709.guest
.linkedin.com	2147385600	__qca	P0-1616408684-1295789909356
.linkedin.com	1311557908	__utmz	23068709.1295789908.1.1.utmcsr=(direct)|utmccn=(direct)|utmcmd=(none)
.linkedin.com	1358861951	__utma	23068709.1004687762.1295789908.1295789908.1295789908.1
.linkedin.com	3443273554	bcookie	"v=1&a2947f97-d178-49d3-839b-03b1119f5694"

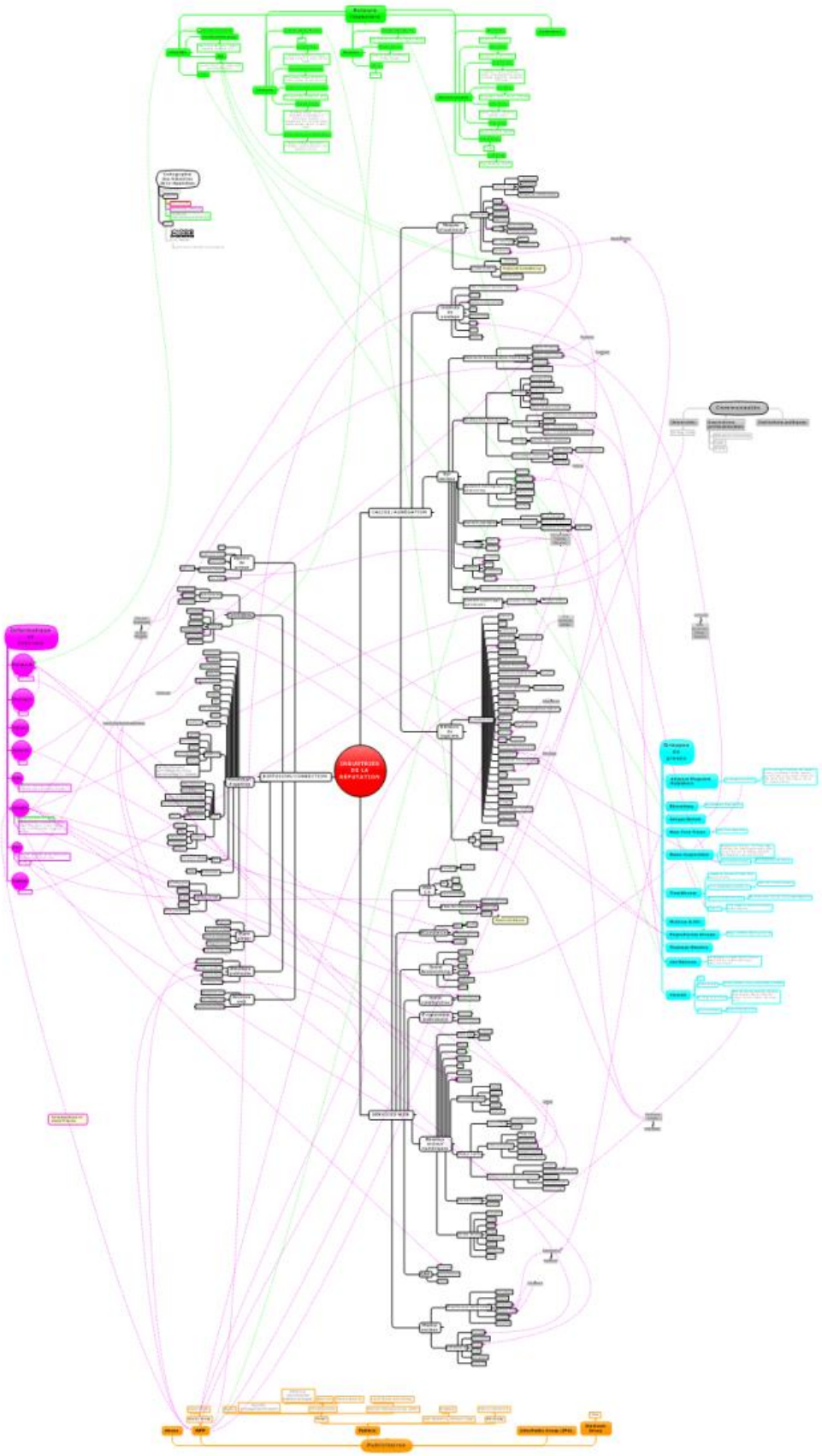
.criteo.com	1298286332	udi	*1eayAk9rTx1Smb6Q%2bQOaK3g==
.criteo.com	1313834732	udc	*1PvotshjACjE74y20GwJvMA==
.criteo.com	1313834732	dis	*1kx1INqrYVex4z0Ul0p6Rfn7t4V3cpv%2bW/5ImJMbQdPcgfLZ240pRIUFKaLzxA5sXmnxo%2bBaa19zbm2FioVyT5FV/tWGItcyg1bGXHqoKkSaj7nsnwYPXNypb/LnY%2bGNiNrLkbi7VLo/uG8%2b43WLUaA5N%2bqLLWGbibegplJEj94gl4qFzw/jljXxzHbjPSVhJpfP2ZvZiW/O94le8V5CfgZ/maEBOcAT%2biByNU02f4VfesEKsYUzlDPcQdpOCSU81QBpRChfUlMN2AZwm6e0Wv1aA3KD%2bh%2bz6BHyJ1luE7uud7stojLkF51khbpda1RE8dBQ7%2bnaBpnp4lEHTldMmf9piFZTQRTVlVp2Bnfkc8fLzHsVrnNpShf3YceUi4Qd5zJdNdZGLXP5UndkE68y51BjYpYGmAfjF4vDmzki1PJuy29xeGs6Qt52tafxnoQCga%2bMdGvsS/8jtrkK9rdLaNhVGaspnC0Z5EnowqZ/RxC8xR5nQOd8%2bftZjOk2ZDDOR0RNSnX8uibaoI1wNSC6M3UE5s%2beukcsk4KWktlp3v/OnfWty1CdN8kNGQjl/PhteLt499sKo0l6L9gvIKn5wGcGhtRsQqqJnEiHFDOw9G0tyIGk9LipaM%2b9XJg0ObJnblqqRz6Ro2Yq9tutVxd7MyEhRh4FimXOFOlzeQall%2bcZrVKjYVPjE6nLS7sDMKjYX
.criteo.com	1313834731	uic	*1TTQMjKp73hcwaYt%2brufLbvKfUG9FW38soYrVIW6fpEQqTAzmlb/2FXMUmRRWGyw3iu/udNQ/6rPipm0B1hlu9R3L4AcXzhQcqwW0XavUXSkEtKYiOVnayfw5%2bkeUSH%2by
.criteo.com	1313834717	evt	*1GnNhWrxyM%2bEENglJy/Ng451Zl1uzruH/jn/1Y%2bplr2B%2bkXnX9J6YtwhKPKIlXMPT
.criteo.com	1454161478	uid	8dd4a5c9-a4cf-4076-9dc3-b2afba7ec635
.clickbank.net	1313751907	p	01.498AE60E164E984CF325A4F489950F9B663B2E9759E7E1B87D7F3DCB22A9578F85366BF8D74C362663EC640A30F4C47B4DE5D66CB581C48B4E332600F1199A1A3D081490
dsnrmi.co	1302087920	Advertiser1364	CampaignId=9065&CampaignUid=6c14bf220482c5a4&SourceId=451&LandingPageId=14459&RuleId=80112&PublisherId=-1&SectionId=3273868&SectionIsReferrer=True&CreativeId=6003014147930&LineItemId=-1&Model=&Os=&DislaySize=&Browser=&Carrier=&MobileIp=
dsnrmi.co	1299495920	DSNRUser	68eccf72-a516-4c98-81c8-9caf6b6e3704
dsnrmi.co	0	ASP.NET_SessionId	n0nxit45zgpvsz450t4zshzf
pap.zalando.de	0	BIGipServerpap.zalando.de_http	2641683466.20480.0000
www.divao.com	1298417121	xxlplan	R3904746185
www.divao.com	1329735921	OAID	c1684738dab6b4ac0c5acb7430375f66
www.divao.com	0	PHPSESSID	2fd2a4a2fad9990191c1b31d65a30fe7
.doubleclick.net	1358862020	id	c00e537320000db||t=1295790019|et=730|cs=zvuv4esd
.fastclick.net	1361271910	pluto	814102319149
.fastclick.net	1361271910	lyc	AQAAAAEAAIAAAWpMgAdAAAPJRQAA
.fastclick.net	1361271910	pluto2	814102319149
.openx.net	1359468338	i	07350c56-8b61-43c7-b218-5ac3468f2b77
.hurra.com	1329735914	__uu	uDE2HH8AAAEAADYHeQkAAAAC
widget.criteo.com	0	X-Mapping-hmeipdnj	AA08CAA6FA1ECB81DC830CF77ADA4356
.contextweb.com	1327500343	V	uuvQxE83mUGM

.oseox.fr	1312163153	__utmz	187461430.1296395153.1.1.utmcsr=google | utmccn=(organic) | utmcmd=organic | utmctr=twittersynchroniserfacebook
.oseox.fr	1359467153	__utma	187461430.1546150933.1296395151.1296395151.1296395151.1
.oseox.fr	1927115152	_jsuid	9742949708621499986
.ssl.hurra.com	1300795506	166	uDE2HH8AAAEAADYHeQkAAAAC:C166G50:1300791905

13. Authorship et Google+



14. Carte mentale des industries de la réputation



15. Services et positionnement concurrentiel de Google

Secteurs d'activité	Services Google	Entreprises rachetées	Entreprises concurrentes	Partenariats
Recherche	**Google Search**		Microsoft a racheté Yahoo! Search pour créer le moteur Bing	
	Google Books			Universités, bibliothèques, éditeurs
	Google Scholar		Elsevier, Thomson Reuters	
Outils	**GMail**		Yahoo Mail, Microsoft Outlook et Hotmail, Windows live	
	Agenda			
	Google Docs	Writely, QuickOffice	MS Office	
		Feedburner	Promouvoir le format Atom concurrent de RSS	
Socialisation	**Orkut**	Orkut	MySpace, Friendster	
	GTalk		ICQ (AOL), Microsoft Messenger, Yahoo! Messenger	
	Blogger	Blogger	WordPress, Windows Live	
	Google+	Meebo	Facebook, Twitter	
Multimédia	**Picasa**	Picasa	Flickr (Yahoo!)	
	YouTube	YouTube	Dailymotion	Éditeurs cinématographiques, ayant-droits
	Google TV		Apple TV	
Portail d'informations	**Google News**	Portail Yahoo!		agences de presse et éditeurs
	iGoogle		Netvibes (racheté par Dassault Systèmes)	
	Google Reader			
Appareil, logiciels et système d'exploitation	**Google Androïd**		Androïd Apple iOS et iPhone, Samsung, Windows Phone, Blackberry (RIM)	
	Google Chrome		Firefox, InternetExplorer, Opera, Safari (Apple)	
	Nexus		Samsung, HTC, Blackberry (RIM), Nokia, Apple	HTC

Marketing	**Google Adwords**		DoubleClick	
	Google Analytics	Urchin	Mediamétrie eStats, Piwik, Xiti (AT Internet)	
	Google AdSense			
		Zagat		
Géolocalisation	**Google Maps**		OpenStreetMap, Mappy (PagesJaunes), Bing cartes (Microsoft)	
	Google Latitude	Dodgeball	Foursquare, BrightKite (Yahoo!), Facebook Places (abandonné depuis)	
	Google StreetView			
	Google Earth	Keyhole, Panoramio		
Paiement et plateforme	**Google Wallet**			MasterCard, Visa
	Google Checkout		Paypal (eBay)	
	Google Play		Apple AppStore	

16. Liste des parutions

Parutions scientifiques

- MARTIN-JUCHAT F., PIERRE J., « Facebook et les sites de socialisation : une surveillance librement consentie », in GALINON-MÉLÉNEC B. (dir), *L'Homme trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines*, Paris : CNRS Éditions, 2011, p.105-125
- PIERRE J., « Génétique de l'identité numérique. Sources et enjeux des processus liés à l'identité numérique », Dossier « L'identité numérique » (PINTE J.-P., dir.), *Les Cahiers du numérique*, vol.7, n°1, 2011, p.15-29
- PIERRE J., « De la convergence des sphères publiques, professionnelles et privées », Dossier « La curation » (MESGUICH V., dir.), *Documentaliste-Sciences de l'Information*, vol.49, n°1, 2011
- PIERRE J. « Reconfigurer le réel : les formes de performativité des bases de données à caractère personnel », in ROJAS E. (dir.), *Le social est-il soluble dans le web ?*, Londres : Hermès Publishing Sciences, 2013

Parutions non scientifique

- Ebook collaboratif : *YouOnTheWeb : Cultivez votre identité numérique*, édité par l'École de commerce de Lille, avec le soutien de la FING, du Conseil général Nord-Pas de Calais et l'Union européenne, coordonné par Émilie Ogez. Date de parution avril 2009, <youontheweb.fr/identite-numerique/cultivez-votre-identite-numerique-le-guide-pratique>.
  - Article : Narcisse et moi, une journée avec mon identité numérique
  - Article : Identification et certification d'identité
- Ebook collaboratif *Identité numérique : enjeux et perspectives*, édité par Le blog du Modérateur, Regionsjob.com, coordonné par Flavien Chantrel. Date de parution : juin 2010, réédité en janvier 2012 sous l'intitulé Identité numérique : quelle importance pour nos présences en ligne ?, <www.blogdumoderateur.com/index.php/post/E-book-:-l-identit%C3%A9-num%C3%A9rique-en-question>
  - Article : Identité/identités : faut il tomber dans la schizophrénie ?
  - Article : Enjeux et non-enjeux des traces numériques
- L'anonymat est-il encore utile en ligne ?, Édité par le journal RegardsSurLeNumérique (Microsoft France), coordonnée par Claire Abrieux. Date

de parution : février 2012, <www.rslnmag.fr/post/2012/02/28/Lanonymat-est-il-encore-utile-en-ligne-.aspx>,

- Article : Finalité, identité et interactions, <www.rslnmag.fr/post/2012/02/28/Finalite-identite-et-interactions.aspx>

17. Supports de formation

Dans le cadre universitaire

- URFIST Lyon, 04/03/2010, « L'identité numérique : savoir gérer sa présence en ligne », <www.slideshare.net/idnum/stage-urfist-sur-lidentit-numrique>
- URFIST Strasbourg, 29/11/2010, « la valorisation des réseaux sociaux dans la recherche scientifique », <www.slideshare.net/idnum/valorisation-reseauxsociauxrecherchescientifique>
- URFIST Nancy, 07/06/2011, « la valorisation des réseaux socionumériques dans la recherche scientifique » : <www.slideshare.net/idnum/la-valorisation-des-rseaux-socionumriques-dans-la-recherche-8335545>
- URFIST Paris, 07 et 08/03/2011, « L'identité numérique pour les universitaires et les documentalistes » ; Les RSN au service de la recherche
- URFIST Lyon, 09/06/2011, « L'identité numérique du chercheur » : <www.slideshare.net/idnum/lidentit-numrique-du-chercheur>
- EDJG, cours en M1/M2 (présenciel/distanciel/individualisation et modularisation) : « identité numérique professionnelle »
- Paris XIII, 01/12/2011, « Les enjeux de l'identité numérique » : <www.slideshare.net/idnum/les-enjeux-de-lidentit-numrique-10611405>
- URFIST Bordeaux, 06/12/2011, « Les réseaux sociaux de chercheurs. Nouveaux modes de diffusion de la recherche : publication, échanges d'information et réseaux » : <www.slideshare.net/idnum/les-rseaux-sociaux-de-chercheurs>
- ENSSIB, Villeurbanne (Lyon), 05/03/2012, « L'identité numérique et les réseaux socionumériques, » <fr.slideshare.net/idnum/2012-0305enssiblidentit-numrique-et-les-rseaux-socionumriques>.

En école de commerce

- GEM, Grenoble, 06/01/2010 : « le CV, entre approche classique et perspectives numériques », <www.slideshare.net/idnum/le-cv-approche-classique-et-perspectives-numeriques
- GEM, 10/11/2011 : « les réseaux pro dans la recherche de stage », <www.slideshare.net/idnum/les-rseaux-pro-dans-la-recherche-de-stage
- IDRAC Lyon, 14/01/2011 : « l'identité numérique professionnelle », <www.slideshare.net/idnum/construire-et-grer-son-identit-professionnelle-en-ligne

Auprès des professionnels

- ADBS, « Journée d'étude identité numérique », Pont-à-Mousson, 30/09/2010, <www.slideshare.net/idnum/identit-numrique-journe-dtude-adbs avec David Fayon
- Rencontres de Tramelan, Suisse, 03/02/2012, « Identité numérique et réseaux socionumériques : quels enjeux dans un cadre pédagogique ? », <fr.slideshare.net/idnum/identit-numrique-et-rseaux-sociaux>
- Digital Humanites, Social Media Week, Paris, « L'identité et ses enjeux en contexte numérique », 16/02/2012, <fr.slideshare.net/idnum/lidentit-15704329>
- L'Information maîtrisée, 19/06/2012, Valence, table ronde animée par Jacques-François Marchandise, FING

Supports de formation à l'identité numérique auprès du grand public

- « Vive la Culture Numérique », Association WebForum, Lyon, 28/05/2010, <www.slideshare.net/idnum/ma-vie-sur-internet-v2-slideshare
- Université ouverte de Lyon

18. Texte du référentiel sur le thème : 'Génération(s)'

Problématique

« Génération grand bleu », « génération du baby boom », « nouvelle génération » ..., le terme « génération » parcourt les ondes, les articles de presse, les slogans publicitaires et politiques, où il est décliné sous toutes les formes.

Qu'est-ce qui définit une génération ? Une année de naissance, l'air du temps, un événement majeur ou marquant de l'Histoire, le partage de goûts, de modes, de références, de façons de parler ? Au temps du brouillage générationnel, quand s'estompent les frontières entre les âges, au temps des familles recomposées où les générations les plus diverses se côtoient, dans quelle mesure une tranche d'âge possède-t-elle encore des traits identitaires qui n'appartiennent qu'à elle ?

Qui définit une génération ? Les biologistes, les historiens, les sociologues, voire les publicitaires pour en faire un argument de vente ? Ou la génération qui précède pour parler de celle qui suit, pour la critiquer souvent parce qu'elle ne lui ressemble pas dans ses goûts, dans ses valeurs, dans ses engagements ? Ou la génération concernée pour se démarquer de celle qui la précède, et se définir dans l'immédiateté comme une génération particulière ? Ou les générations suivantes, quand la distance et la nostalgie entraînent la construction, après coup, du mythe d'une génération ?

Comment définir les liens entre les générations ? Les liens intergénérationnels s'inventent-ils de façon particulière aujourd'hui ? Les relations entre générations sont-elles nécessairement de l'ordre de l'opposition et du conflit ? N'y a-t-il pas aussi des liens de transmission, un souci de la génération qui suit à laquelle on a le devoir de transmettre un patrimoine, une histoire, une culture, une société bien organisée, un environnement bénéfique ? N'y a-t-il pas aussi des liens d'héritage, quand la mémoire, voire la faute des générations précédentes influe sur la vie des descendants ? Peut-on participer volontairement à la construction d'une nouvelle génération ?

Comment se situe-t-on par rapport à sa propre génération ? Y a-t-il une fatalité de la génération à laquelle on n'échapperait pas ? L'appartenance à une génération est-elle un confort ou un carcan ? Se sent-on appartenir à sa génération, ou bien préfère-t-on se marginaliser, sur un mode ludique, ironique ou sérieux ?

Qu'est-ce qui relève de l'individuel et du collectif dans l'identité d'une personne ? L'identité individuelle se construit-elle par rapport à sa génération, la génération de ses parents, une civilisation chargée d'une histoire longue de deux à trois mille ans ?

19. Entretien avec Jocelyne Levet

De la part de Julien PIERRE,
Grenoble le 27/06/2011

SUITE QUESTIONNAIRE et ENTRETIENS THESE

Cher-e-s collègues,

Je vous ai sollicité récemment pour répondre à mon questionnaire en ligne (389 réponses exploitables, un record pour ce genre de pratique).
J'en profite pour vous remercier de vos réponses, et de vos efforts pour le diffuser auprès de vos réseaux. Pour ceux qui n'y auraient pas encore répondu : c'est à cette adresse http://bit.ly/idnumv2 et ça dure 20 minutes !
Mais votre collaboration ne s'arrête pas là, et je risque de vous prendre encore un peu de votre temps (profitons-en, c'est bientôt les vacances...).
En effet, j'ai quelques questions qui concernent directement **le cadre de la formation** (en apprentissage).
Je vous invite à y répondre, soit par retour de mail (merci de préciser rôle, diplôme et matières enseignés), soit par courrier (j'imprimerai un exemplaire déposé dans vos bannettes), soit en face-à-face dans les couloirs de l'IMT, ou à la cafet', ou ailleurs (mais gare, j'aurai surement un micro avec moi).

1 - Nos élèves sont presque tous équipés d'un mobile, parfois d'un smartphone (avec connexion web) ; en salle d'info, il n'est pas rare qu'ils soient sur Facebook ou sur d'autres réseaux socionumériques (RSN). Comment jugez-vous cette **connexion permanente avec leurs amis** ?

Dans le cadre d'1 Cours, cette connexion permanente nuit à la Concentration et prends plus d'importance que l'Ecoute ou la participation au Cours. Elle Crée une frontière entre l'Enseignant et l'élève => Deux Mondes – Etre connecté devient une priorité -=> plus de séparation de Cloisonnement entre l'instant et ce qui est à venir

2 - Comment faites-vous l'arbitrage entre la **socialisation** que cette connexion permet, et la **distraction** qu'elle occasionne en cours ? Avez-vous des exemples dans un sens ou dans l'autre ?

Pour éviter le Blocage, la rupture de Communication, une meilleure approche Consiste d'abord à utiliser l'Humour avant d'en arriver à une approche plus basée sur la Sanction (suppression d'un confisquation du Mobile/ Exclusion) – l'Humour est assez efficace sauf en Cas d'addiction.

Anecdote =

3 - On raconte souvent que les RSN battent en brèche la notion de **vie privée**, que les internautes se dévoilent sans pudeur à des quasi inconnus : admettez-vous cette idée ? Avez-vous déjà eu affaire à des élèves qui agissaient sans discernement ? Ou au contraire qui refusent d'aller sur Facebook pour protéger leur vie privée ? Vos élèves sont-ils en demande d'un accompagnement sur ces RSN ? Ressentez-vous le besoin de les accompagner ? Quels sont les acteurs susceptibles de mettre en place et appliquer des **dispositifs d'accompagnement à la vie numérique** ?

- Généralement les élèves qui utilisent modérément leurs mobiles sont peu dépendants ces à dire de RSN et ont conscient des limites ne touchant de atteinte à la vie privée ⇒ limiter l'accès au RSN
- En Demanche beaucoup de jeune ont du mal à discerner vie privée et vie ~~pl~~ publique, et n'ont plus "d'espace confidentiel" limiter l'accès au RSN => Verrous - Intégrer dans les Règlements intérieurs des dispositions visant à limiter l'usage (mise interdite /

4 - Les examens sont en passe de se terminer, et la pression va pouvoir retomber, la nôtre comme celle de nos élèves : d'après votre expérience, à quelles **pressions** sont-ils soumis ? Quelles sont les plus lourdes ? Comment vivent-ils avec et comment font-ils pour leur échapper ?

Q° 1

De plus en plus les élève ont du mal à séparer la vie privée personnelle / vie professionnelle et vie scolaire - Il n'y a plus d'espace temps au lieu pour qu'ils puissent faire une coupure - Le problème devient être limité en temps réels ce qui occasionne des mesures supplémentaires.

5 - La **politesse** : on décrit souvent les membres de la **génération** à laquelle appartiennent nos élèves (16-25 ans aujourd'hui) comme des mal polis, irrespectueux, etc. Admettez-vous ce constat ? Comment l'expliquez-vous ? Quel arbitrage faites-vous entre leur âge - et leur immaturité - et leur statut de salarié d'entreprise ?

Je ne pense pas que la Jeune soit aujourd'hui

plus that poles au correspectueux de langage les attitudes, ont differente. Ils vivent avec leur temps, à nous de nous adapter et de faire les lien entre leur monde et notre monde C'est surplombant une question d'ouverture - Il ne s'agit pas de malaiser leurs experience et nos experience mais de trouver des reference communes, de s'interesser à ce qu'ils vivent.

6 - Les **référentiels** conduisent - entre autres - à l'acquisition d'un savoir-être. Considérez-vous qu'il s'agit d'une compétence professionnelle ? Ces exigences vous semblent-elles (in)suffisantes ? Cette question est-elle abordée dans vos échanges avec les autres collègues, les managers, ou les responsables en entreprise ?

Le Savoir etre est une compétence professionnelle ou il est déterminant dans l'acquisition de connaissance, dans la Relation au sein d'1 groupe ou d'organisation - La Quest° du Savoir etre est constamment au coeur ds Echanges : mini entretien / conseil Pédagogie

7 - De la même manière, les référentiels rejoignent l'exigence professionnelle d'une plus grande **autonomie** de la part du travailleur : comment appréciez-vous cette demande dans le cadre de la formation ?

Frustrante : car l'Evaluation ne repose pas sur l'autonomie acquise mais sur les connaissances, la methodologie / Normalisation Meme si les referentiels font plus de place à l'autonomie autonomie also Reste dans l'acquisition du savoir et plus précisement des connaissances et non comme le développement d'une [Capacité] Compétence - Par ailleurs dans le cadre de la formation => accorder plus d'autonomie à l'apprenant conduit parfois à 1 Perte de contrôle - => Manque de Repères / de Conseil ⊖ d'autonomie

8 - Enfin, les référentiels prescrivent la pratique d'outils informatiques, de **procédures standardisées**, de bonnes pratiques instituées, etc. Quels sont, pour vous, les intérêts, ou les limites, de cette approche, en formation comme en entreprise ?

⊖
- peu à l'initiative et à l'autonomie
- formatage des comportements
- développement du STRESS / ennui ???
- la nature de l'outil = limite au détriment de la "Matière"

⊕
- gain de temps
- travail plus efficace
- coordination des procédés et des méthodes de travail

9 - Les **indicateurs de performance** tient une place importante dans la gestion de l'entreprise, comme dans l'évaluation de nos élèves. Comment vous positionnez-vous par rapport à ces indicateurs ?

- tout dépend de la pertinence des indicateurs et de l'objectif de l'évaluation.
- l'Evaluation "tue" l'évaluation - la pression donnée à l'évaluation limite le temps nécessaire aux apprentissages - ces derniers étant déterminés par l'Echéance de l'Evaluation.

Prenez votre temps pour répondre, mais si possible déposer vos réponses dans ma bannette (Julien PIERRE) avant le vendredi 08 juillet 2011. On peut se fixer rendez-vous à l'iMT si vous préférez en discuter.

20. Tableau récapitulatif des apprentis

	2005-2007				2006-2008				2007-2009				2008-2010				2009-2011				2010-2012			
	AG	AD	CGO	MUC	AG	AD	CGO	MUC	AG	AD	CGO	MUC	AG	AD	CGO	MUC	AD	AG	CGO	MUC	AD	AG	CGO	MUC
Anaïs													x											
Bérénice													x											
Carmen													x											
Doriane													x											
Lise													x											
Florence													x											
Gérard															x									
Hermione													x											
Isabelle													x											
Jaïna																								
Karl																			X					
Laurie																					x			
Marianne																								
Nadège																		x						
Odile														x										
Patricia													x											
Quentin													x											
Renée									x															
Sylvie		x																						
Thérèse										x														
Ursula										x														
Vincent																						X		
Wanda									x															
Zoé										x														
Agathe										x														
Béatrice										x														
Camille									x															
Damien												x												
Etienne					x																			
Franck																								X
Gina					x																			
Helena																			X					
Iulia																					X			
Julietta																								
Marc																								
Noémie																			x					
Ophélie																			X					
Prune																			x					
Quitrie																			x					
Renée																		x						
Sandrine																		x						
Tiphaine																		x						
Valérie																	x							
Aline																	x							
Charline																	x							
Daphné																	x							
Émeline																	x							
Françoise																	x							
Henrietta																								
Inès														x										
Katia														x										
Laurence															x									
Mathilde						x																		
Nelly															x									
Oscar																x								
Philippe																x								
Raoul																								
Steve												X												
Vivianne																		X						
Albert					X																		X	
Xavier																								
Brigitte																								
Charlotte																								
Denise																								
Eva																								
Fabien																				X				

Gisèle																								
Karine																								
Irène																		X						
Jolène																		X						
Katrina										X														
Hans																								
Albert																								

21. Sondage (version courte)

Les réseaux sociaux numériques et vous.
1 Êtes-vous inscrit sur un site de socialisation ?
2 Parmi les sites suivants, sur lesquels êtes-vous inscrit ?
3 Pour quels usages préférez-vous utiliser d'autres réseaux socionumériques que Facebook ?
4 Pour quelles raisons n'êtes-vous pas inscrit sur un réseau social (Facebook, Twitter, etc.) ?
5 Quelle est votre situation professionnelle ?
6 Êtes-vous actuellement en train de préparer un diplôme ou suivre une formation ?
7 Quel est votre niveau d'études ?
9 Avec quel statut suivez-vous votre formation ?
10 Au cours de votre formation professionnelle, avez-vous été amené à établir des documents ou des procédures assurant la continuité du service malgré le départ d'un salarié (vous y compris) ou l'arrivée d'un nouvel embauché ?
11 Est-il prévu que vous restiez dans votre entreprise à la fin de votre formation en alternance ?
12 Au cours du trimestre précédent, avez-vous dû mettre en place, apprendre ou appliquer une procédure ?
13 Avez-vous cherché à vous désinscrire de Facebook ?

Les nouvelles technologies et vous.
14 Parmi les appareils d'information-communication suivants, quels sont ceux dont vous disposez pour un usage personnel ?
15 En moyenne, quel temps quotidien consacrez-vous aux jeux vidéos ?
16 En moyenne, quel temps quotidien consacrez-vous à la recherche d'information en ligne ?
17 En moyenne, quel temps quotidien consacrez-vous à la consommation d'œuvres culturelles sur support numérique ?
18 En moyenne, quel temps quotidien consacrez-vous à la correspondance en ligne avec d'autres personnes ?
19 En moyenne, quel temps quotidien consacrez-vous au travail avec logiciel bureautique, en-dehors de l'entreprise ?

Facebook et vous : l'inscription !
20 Quelle est votre date d'inscription à Facebook ?
21 Parmi les motifs suivants, quels sont ceux qui vous ont incité à vous inscrire à Facebook ?
22 En général, quel est votre usage de Facebook aujourd'hui ?
23 En général, avec quelle fréquence vous connectez-vous à Facebook ?
24 Avec quel(s) appareil(s) vous connectez-vous à Facebook ?
25 A partir de quel(s) endroit(s) vous connectez-vous à Facebook ?
26 A quel moment de la journée vous connectez-vous à Facebook ?
27 En général, utilisez-vous les fonctionnalités suivantes ?
28 Au moment de votre inscription, qu'avez-vous choisi pour votre photo de profil ?
29 Parmi les options suivantes, quelles sont celles qui correspondent à la photo de profil que vous avez choisi lors de votre inscription ?
30 Avez-vous changé votre photo de profil depuis que vous êtes inscrit à Facebook ?
31 Parmi les options suivantes, quelles sont celles qui correspondent à la photo de profil que vous utilisez actuellement ?
32 Quel nom avez-vous choisi lors de votre inscription à Facebook ?
33 Depuis le moment de votre inscription, avez-vous changé ou rajouté de nom (sur Facebook) ?
34 Pour quelle raison n'avez-vos pas changé de nom ?
35 Pour quelles raison avez-vous changé de nom ?
36 Combien avez-vous de profil sur Facebook ?

37 Avez-vous un usage professionnel de Facebook ?
38 Avez-vous choisi un nom d'utilisateur ?

Facebook et vous : les photos !

39 En général, utilisez-vous le système de marquage des photos ?
40 Utilisez-vous le système de marquage automatique ?
41 Avez-vous déjà été marqué sur une photo ?
42 Comment expliquez-vous ne pas avoir été marqué sur des photos Facebook ?
43 En général, comment réagissez-vous quand vous découvrez que vous avez été marqué sur une photo ?

Facebook et vous : les statuts !

44 Avez-vous déjà lu des statuts tristes, maussades, sombres, lugubres, etc. ?
45 Avez-vous déjà écrit des statuts tristes, maussades, sombres, lugubres, etc. ?
46 Comment vos amis ont réagi ?
47 Parmi les types de statuts suivants, lesquels écrivez-vous le plus souvent ?
48 Avez-vous déjà entamé ou participé à une conversation de nature politique sur Facebook ?
49 Les conversations que vous avez sur Facebook se poursuivent-elles hors ligne, et inversement ?
50 L'un de vos statuts a-t-il déjà occasionné une polémique en ligne ?
51 L'un de vos statuts, rédigé sur Facebook, a-t-il déjà occasionné des polémiques hors ligne ?

Facebook et vous : les amis !

52 Combien estimez-vous avoir d'amis sur Facebook ?
53 Maintenant, allez vérifier sur Facebook et regardez combien vous avez réellement d'amis ?
54 Avec combien d'entre eux estimez-vous avoir une relation régulière sur Facebook ?
55 Comment interprétez-vous le terme 'ami' employé par Facebook ?
56 En général, comment procédez-vous pour entrer en contact avec vos amis ?
57 Sur le fil d'actualité (Mur) de Facebook, qu'avez-vous demandé à faire afficher ?
58 Utilisez-vous les listes d'amis ?
59 De quelle manière gérez-vous votre réseau social ?

Facebook dans votre vie sociale

60 Quelle est la situation professionnelle de votre père ?
61 Quelle est la situation professionnelle de votre mère ?
62 Vivez-vous encore chez vos parents ?
63 Vivez-vous loin (à plus de 10km) de chez vos parents ?
64 Vivez-vous en couple ?
65 Avez-vous des enfants à charge ?
66 Votre père est-il sur Facebook ?
67 Votre mère est-elle sur Facebook ?
68 En général, vos formateurs sont-ils sur Facebook ?
69 Votre responsable hiérarchique est-il sur Facebook ?
70 Si nous considérons qu'aujourd'hui, nous sommes soumis à des pressions, pouvez-vous indiquer lesquelles vous semblent les plus fortes ?
71 Face à ce sentiment de pression, diriez-vous que les activités suivantes vous permettent de vous détendre ?
72 Diriez-vous que Facebook est aussi un moyen de se détendre face à ces pressions ?

Facebook et la vie privée

73 Est-ce que vous considérez que Facebook est un monde à part (différent de ce qui se déroule hors ligne) ?
74 Est-ce que vous considérez que Facebook est un journal intime ?
75 Est-ce que vous considérez que Facebook est un espace de liberté ?
76 Est-ce que vous considérez que Facebook est un terrain de jeu ?
77 Est-ce que vous considérez que Facebook est un outil de gestion sociale ?
78 Est-ce que vous considérez que Facebook est une contrainte ?
79 Protégez-vous vos statuts (afin de limiter leur lecture à certains de vos amis) ?
80 Comment protégez-vous vos statuts ?
81 Avez-vous personnalisé les réglages de confidentialité de votre compte ?
82 Avez-vous réglé la personnalisation instantanée ?
83 Avez-vous autorisé la recherche publique ?
84 Avez-vous lu la politique de confidentialité de Facebook ?
85 Avez-vous lu les conditions d'utilisation de Facebook ?
86 Avez-vous déjà signifié à Facebook votre approbation suite à la mise à jour des conditions d'utilisation, des règles de confidentialité, de l'interface ou d'un service ?
87 Avez-vous déjà signifié à Facebook votre désapprobation suite à la mise à jour des conditions d'utilisation, des règles de confidentialité, de l'interface ou d'un service ?

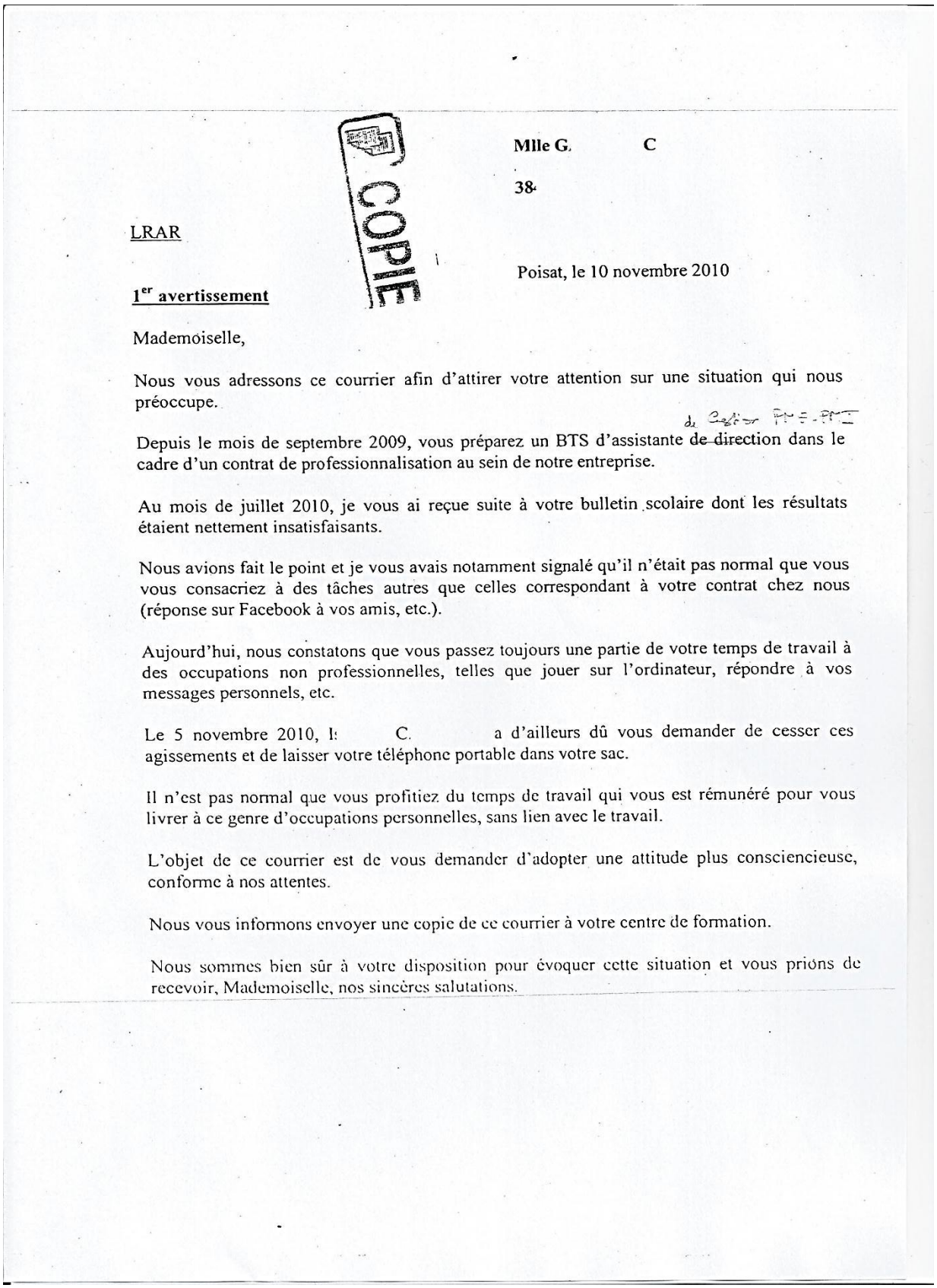
Facebook et la surveillance
88 En lisant les statuts de vos amis, avez-vous l'impression de rentrer dans leur vie privée et de les surveiller ?
89 En participant à Facebook, avez-vous l'impression de diffuser des éléments de votre vie privée ?
90 Cette sensation d'être surveillé par vos amis sur Facebook vous dérange-t-elle ?
91 D'après vous, est-ce que d'autres personnes en dehors de votre groupe d'amis ont accès aux données que vous saisissez sur Facebook ?
92 D'après vous, qui peut avoir accès aux données publiées sur Facebook ?
93 Diriez-vous que Facebook est similaire à un dispositif de surveillance ?
94 En plus des réponses apportées, avez-vous un commentaire ou une remarque à faire à propos de Facebook ?
95 Vous arrive-t-il de cliquer sur des publicités présentes sur le site Facebook ?

L'identité numérique
96 Avez-vous déjà réalisé une recherche sur votre nom dans un moteur de recherche (de type Google, Bing, etc.) ?
97 Avez-vous déjà réalisé une recherche sur vous avec un moteur de recherche de personne (de type 123people, Pipl, etc.) ?
98 Avez-vous été surpris des résultats ?
99 Pensez-vous que ces résultats peuvent surprendre vos proches ?
100 Avez-vous été confronté à des problèmes d'identité en ligne ?
101 A quel type de problèmes avez-vous déjà été confronté ?
102 Pensez-vous que quelqu'un a déjà effectué une recherche sur votre nom ?
103 D'après vous, qui a déjà effectué une recherche sur votre nom ?

Cette enquête et vous
104 Quel est votre code postal ?
105 Quel est votre âge ?
106 Quel est votre sexe ?
107 Diriez-vous que cette enquête pose des questions intimes ?
108 Accepteriez-vous d'être contacté par l'auteur de cette enquête pour un entretien plus approfondi ?

109 Accepteriez-vous de fournir à l'auteur de cette enquête un droit de lecture complet sur votre profil Facebook ?
110 Souhaitez-vous recevoir par mail le rapport final de cette enquête ?
111 Merci de saisir votre email.

22. Lettre d'avertissement adressée à Nadège par son employeur



COPIE

Mlle G. C

38

LRAR

Poisat, le 10 novembre 2010

1er avertissement

Mademoiselle,

Nous vous adressons ce courrier afin d'attirer votre attention sur une situation qui nous préoccupe.

Depuis le mois de septembre 2009, vous préparez un BTS d'assistante ~~de direction~~ dans le cadre d'un contrat de professionnalisation au sein de notre entreprise.

Au mois de juillet 2010, je vous ai reçue suite à votre bulletin scolaire dont les résultats étaient nettement insatisfaisants.

Nous avions fait le point et je vous avais notamment signalé qu'il n'était pas normal que vous vous consacriez à des tâches autres que celles correspondant à votre contrat chez nous (réponse sur Facebook à vos amis, etc.).

Aujourd'hui, nous constatons que vous passez toujours une partie de votre temps de travail à des occupations non professionnelles, telles que jouer sur l'ordinateur, répondre à vos messages personnels, etc.

Le 5 novembre 2010, I: C. a d'ailleurs dû vous demander de cesser ces agissements et de laisser votre téléphone portable dans votre sac.

Il n'est pas normal que vous profitiez du temps de travail qui vous est rémunéré pour vous livrer à ce genre d'occupations personnelles, sans lien avec le travail.

L'objet de ce courrier est de vous demander d'adopter une attitude plus consciencieuse, conforme à nos attentes.

Nous vous informons envoyer une copie de ce courrier à votre centre de formation.

Nous sommes bien sûr à votre disposition pour évoquer cette situation et vous prions de recevoir, Mademoiselle, nos sincères salutations.

23. Exemples d'action en AG

ACTIONS PROPOSEES
Classement
Création annuaire
Remise des médailles du travail
Promotion de divers organismes auprès d'établissements scolaires
Gestion des voyages
Création d'une application de calculs de congés, gestion de l'emploi du temps du personnel, suivi du renouvellement de contrats de travail, Plan de formation
Processus de recrutement d'emplois d'été, Accueil d'un stagiaire, Livret d'accueil pour les stagiaires
Réorganisation de la vidéothèque, bibliothèque, centre de documentation…
Procédure "budget"
Création d'une brochure
Mise à jour d'un annuaire
Étude de prix concernant du matériel de bureau
Enquête satisfaction, Création et dépouillement de questionnaires(professionnels invités à un salon)
Création d'une base de données
Réservation pour un groupe
Collecte de la taxe d'apprentissage
Organisation d'un stand
Analyse et amélioration des documents des commerciaux
Organisation d'un séjour en université à l'étranger
Gestion du parc automobile
Constitution dossier concours ou procédure appel d'offre
Aide à la préparation d'un séminaire
Conception d'un argumentaire commercial
Organisation d'un cocktail
Préparation du conseil municipal
Organisation d'une séance plénière
Préparation du rapport mensuel des opérations financières
Traitement des litiges
Gestion des articles défectueux
Changement d'entreprise de nettoyage
Revue de presse
Recherche de locaux vacants
Opération fête des mères
Commercialisation d'un produit (étude de lancement …)
Suivi administratif d'un service
Bilan sur l'assurance qualité
Aide à l'organisation d'une vente au personnel
Étude du processus de vente de tout type de produits + améliorations et optimisation
Dysfonctionnements et résolution BDD
Informatisation des commandes
Constitution de marché public
Journal téléphoné
Création d'un CD Rom et campagne de communication commerciale
Organisation d'un week-end événementiel pour une entreprise
Suivi et bilan d'un spectacle itinérant
Campagne d'informations pour journal local
Création ou mise à jour du guide municipal
Rédaction et mise en page du journal interne

Création d'un mode opératoire
Suivi du financement
Réalisation du catalogue informatique

Spécial AG actions compta / gestion

- création ou mise à jour du plan comptable de l'entreprise (informatiser la compta ou mettre à jour le système existant, changement de logiciel comptable)
- planifier et formaliser les travaux comptables (échéanciers et procédures pour saisie comptable, paye, déclarations fiscales et sociales, suivi des règlements…)
- établir et vérifier les documents commerciaux
- informatiser la gestion commerciale ou mettre à jour le système existant
- calculer et justifier des remises, des avoirs, des tarifs…
- mettre à jour et utiliser des fichiers clients / fournisseurs
- formaliser des procédures (demandes d'avoirs, de délais, de règlements, de modes de règlements spécifiques)
- gérer les achats
- états de rapprochement bancaire
- établir des échéanciers des créances et des dettes
- gérer le recouvrement client (créances, contentieux)
- établir et vérifier la paye, les déclarations sociales
- informatiser la gestion de la paye ou des déclarations
- gérer les congés payés, le recrutement, les absences, les heures sup, les gratifications, les évaluations, la formation interne, le suivi et remboursement des déplacements, les charges de personnel
- enregistrer les opérations d'inventaires (amortissements, provisions, variation de stocks) et élaborer le bilan, le compte de résultat et les annexes
- calculer les SIG et la CAF (étudier la formation du résultat, évolution sur plusieurs années ou comparaison avec d'autres entreprises de la branche)
- établir le bilan fonctionnel, calculer le FRNG, le BFR, la trésorerie nette, les ratios
- mettre en place et organiser la comptabilité analytique (lancement de nouveaux produits, analyse de coûts de revient et des marges par produits, par agence, par activité, par secteur géographique)
- gérer l'inventaire, constater les variations de stocks, informatiser la gestion des stocks, choisir une méthode de valorisation et de gestion des stocks (minimisation des coûts de stockage, cadence des approvisionnements)
- calculer et surveiller le seuil de rentabilité, le point mort
- établir des budgets de trésorerie, déterminer le coût prévisionnel d'une action commerciale ou administrative, suivre les écarts prévision / réalisation
- analyser des données commerciales ou comptables, établir des prévisions de CA
- calculs d'intérêts simples et composés, actualisation et choix de l'investissement (financement et rentabilité prévisionnelle d'un investissement)
- identifier et comparer les sources de financement (coût et incidences de l'escompte d'effets, du découvert, de l'emprunt, du crédit bail, de l'augmentation de capital…

Spécial AG actions administratives et commerciales

- recrutement (politique de recrutement, définition de poste, profil du candidat CDD ...)
- étude de marché à l'export
- choix d'une représentativité à l'export
- action de prospection et de vente
- création de journal d'entreprise
- création de pages web / site web
- critique de documents (catalogue, bon de commande, facture) et proposition d'amélioration

- développement de l'image de marque de l'entreprise (papier à lettre, carte de visite, logo..,)
- étude d'organisation de relance clients et du suivi de la clientèle
- étude d'un projet d'équipement informatique (matériel, logiciels, coût d'acquisition, frais de fonctionnement, frais de maintenance et choix de financement)
- étude d'une politique de communication globale (publicité, promotion des ventes, relations publiques)
- étude de l'archivage (opportunité d'une gestion informatisée, nouveaux moyens mis en place)
- étude de la concurrence (création de prix, élargissement de gamme...)
- étude en vue de la modification des conditions de travail des salariés (horaires et environnement, 35 heures, sécurité)
- organisation d'un conseil d'administration (convocation, prise de notes, compte rendu)
- organisation d'une expo, d'une foire, d'un salon, d'une manifestation commerciale
- organisation d'une journée portes ouvertes
- organisation de voyages, de réunions
- prise en charge de la gestion administrative d'une activité (prospection de la taxe d'apprentissage...)
- réalisation d'actions promotionnelles
- réalisation d'enquêtes (avec résultats débouchant sur des propositions concrètes)
- recherche d'efficacité / déplacement d'un vendeur, optimisation de la force de vente
- réalisation de publipostage (choix de la cible, création du fichier, rentabilité et faisabilité) opération de phoning (prospection, vente, enquête de satisfaction. rédiger le script, la fiche de contact analyse des résultats)
- réalisation de plaquettes, dépliants correspondant à une stratégie et répondant à une problématique
- suivi du personnel (grille d'évaluation, information, formation)
- parrainage (constitution du dossier, contact journalistes, événementiel)
- détermination de la stratégie de prix
- création d'un livret d'accueil
- étude de la saisonnalité
- la prévision des ventes

24. Les compétences mobilisées pour réaliser une action en AD

Domaine concerné	Compétences associées
Assistance	*Mise en œuvre de techniques de repérages des besoins *Résolution de problèmes *Amélioration des méthodes ou des matériels *Recenser les causes de dysfonctionnement *Identifier les besoins en matériels (informatiques ou autres) *Choix et installation de logiciels adaptés *Conception de modes opératoires *Préparation de budget *Définition et mise en œuvre d'un projet
Communication	*Analyse du processus de communication *Reconnaissance des dysfonctionnements *Lecture rapide et prise de notes *Production de documents écrits (lettre, note, rapport, compte rendu, mails…) *Exposé *Création de pages écran (Power Point ou site Web) *Exploitation de documentation *Conception d'une organisation des supports
Communication orale	*Utilisation du téléphone *Identification des besoins en outil de communication *Participation à un débat ou une réunion *Préparation de supports en appui à une intervention
Communication en langue étrangère	*Établissement de phrases types correspondant à différentes situations *Création de lexique *Création de documents écrits *Organiser un voyage d'affaire à l'étranger
Information	*Représentation de la circulation de l'information *Consultation de banques de données *Détecter les informations nécessaires à la réalisation d'un traitement simple *Réalisation d'imprimés ou de documents professionnels *Utilisation d'un SGBDR
Gestion du temps	*Auto-analyse *Recours aux outils de gestion du temps (agenda, plannings, graphe-temps)
Ressources humaines et matérielles	*Concevoir et exploiter un profil de poste *Concevoir et exploiter les documents relatifs à la description du poste et de ses fonctions *Quantifier, repartir et planifier la charge de travail *Isoler et répartir les taches de travail *Formaliser les procédures à l'aide de schémas, graphiques, modes opératoires, consignes… *Améliorer, suivre et contrôler l'exécution du travail
Traitement des données quantitatives	*Analyse et vérification de documents *Déclaration fiscales, sociales, ou documents relatifs aux achats et aux ventes *Établir un plan prévisionnel d'amortissement *Calculer un coût de revient, d'achat *Calculer un amortissement *Établir un budget prévisionnel *Organiser les informations sous forme de tableau pour un traitement

	ultérieur *Calculer un intérêt simple, un taux, une durée de placement

25. Les actions expliquées aux tuteurs AM

ACTIVITES PROFESSIONNELLES

CONTEXTE

L'assistante de direction doit être en mesure de travailler dans tous les secteurs d'activité, quelles qu'en soit la structure, la dimension, ou l'implantation géographique. Son action se situe dans les domaines de la communication, de l'organisation et de la gestion administrative au sein des différentes fonctions de l'entreprise. Les actions sorte de "mini- projets" lui permettent de consolider les compétences professionnelles acquises lors de sa formation et de son intégration dans l'entreprise.
Elles permettent à l'étudiante de déployer une activité pratique en prenant en compte la réalité du monde du travail, d'orienter les actions vers des domaines correspondants à des besoins réels et effectifs, de consolider les contacts avec le monde de l'entreprise.

ACTIVITÉS

Elles s'articulent autour des 3 pôles cités précédemment, elles se situent en amont de la prise de décision qu'elles visent à faciliter, et en aval, afin de permettre leur mise en œuvre. Les tâches qu'elles recouvrent se caractérisent par leur diversité, leur simultanéité et leur irrégularité dans la progression qui obligent l'assistante de direction à organiser son travail pour respecter les contraintes de temps et de qualité qui lui sont imposées.
La matière à traiter dépend de la fonction d'entreprise ou se situe l'assistante (commerciale, production, personnel) et les conditions matérielles de réalisation (autonomie, répartition du travail

ESPRIT

Ces actions doivent être réalisées à l'initiative de l'étudiante ou initiées par un professionnel, dans tous les cas, l'étudiante doit clairement mettre en œuvre une méthode de résolutions de problèmes (ou d'organisation) et proposer les outils et solutions qui lui semblent les plus adaptées et qu'elle aura pensé, créé et mis en place.
Elles sont un ensemble logique de taches, menées par l'étudiante, seule ou dans le cadre d'une équipe, les méthodes et techniques utilisées, ainsi que les productions réalisées doivent répondre aux critères professionnels habituels
Il est fortement recommandé que les actions intègrent plusieurs aspects des différents pôles de compétence de l'assistante de direction, tels qu'ils sont décrits au référentiel du BTS et détaillés ci-dessous. Les actions doivent être riches et variées, elles combinent donc de multiples compétences, tout en respectant les contraintes inhérentes à la vie professionnelle.

ACTIVITÉS RELEVANT DU PÔLE COMMUNICATION

Communication écrite et visuelle

- Rédaction, traitement et production de textes divers (courriers, notes, comptes rendus, rapports) dans des contextes professionnels variables
- Conception, traitement, production, sélection de messages visuels (tableaux, graphiques, rapport, journaux…)
- Élaboration et présentation de documents de synthèse, de dossiers, d'opérations variées, revue de presse
- Diffusion et transmission de tous documents

Domaine de la communication orale et non verbale

- Accueil en face à face ou téléphonique, pratique du téléphone
- Présentation orale d'informations devant une personne ou un groupe

- Écoute active, mise en relation et facilitation des relations interpersonnelles ou de groupe
- Animation de réunion, d'équipe, de groupe de travail, participation à des entretiens

ACTIVITÉS RELEVANT DU PÔLE ORGANISATION

Gestion de l'information textuelle
- Conception de supports d'informations (imprimés, dossiers, répertoires, pages Web)
- Choix, organisation, conception et utilisation de supports d'information, de fichiers, de base de données
- Classement, archivage

Gestion du temps
- Organisation de rendez-vous, tenue d'agenda
- Conception et suivi de programmes, d'échéanciers, de relances

Gestion des activités
- Organisation de réunions courantes ou exceptionnelles
- Organisation de voyages et de déplacements
- Organisation et gestion des taches et des moyens au sein d'une équipe ou d'un groupe de travail, tenue d'un budget, gestion comptable

Gestion des projets
- Organisation d'une manifestation à caractère exceptionnel
- Élaboration d'une plaquette
- Introduction de nouvelles procédures, de nouveaux équipements, de nouvelles applications

ACTIVITÉS RELEVANT DU PÔLE ASSISTANCE / DOCUMENTATION
- Recherche et exploitation de sources documentaires, choix et consultation de banques de données
- Constitution et actualisation de dossiers documentaires, organisation et gestion de la documentation
- Prise en charge et organisation d'un secrétariat
- Étude de marché, de concurrence

EXEMPLES D'ACTIONS

Prospection et vente
Création de pages Web
Développement de l'image de marque de l'entreprise, étude ou création d'une politique de communication externe(publicité, promotion des ventes, relations publiques)
Création et gestion d'un fonds documentaire
Établissement ou demande de devis, établissement et vérification de déclarations fiscales ou sociales, relances clients, suivi de la clientèle
Étude d'un projet d'équipement informatique ou bureautique (matériels, logiciels, coûts, frais de fonctionnement et de maintenance), gestion des achats, inventaire des stocks
Organisation d'un conseil d'administration, d'une exposition, d'une journée "portes ouvertes"
Organisation de voyages, de réunions
Prise en charge administrative d'une activité
Réalisation d'enquêtes, d'études
Suivi du personnel

26. Comptes-rendus de visite en entreprise de Bérénice

Date : 17/02/2009	Visite 1
Entreprise : XXX	Tuteur : Mme K
Nom : XXX	Prénom : Bérénice

Poste et Compétences

Profil (alt+tut)	Compta : classement, pointage, facture, notes de frais, saisie sur Quadra Adm : archivage Standard Taches ponctuelles : orga voyage int'l, documents Expédition sur progiciels Poste / UPS
Compétences spécifiques (compta+bureautique)	BacPro secretariat = un peu de compta Bureautique = peu d'usage en entreprise (publipostage+modeles) Bcp d'Access (modelisation GRC complète) Anglais = oral (formation complémentaire en entreprise) / écrit Rédactionnel = OK
Communication (tél + réunion)	En anglais Prise de contact téléphonique un peu trop cool
3 pôles du BTS	Compta : OK Commercial : administration des ventes Adm
Autonomie et prise de décision	Pas de tuteur le mercredi (ni DRH, ni compta) Haute adaptabilité demandée
Attitude	Très sociable, trop ?
Connaissances générales	Perception de la hiérarchie / du respect > dans le contact direct ou téléphonique Clientèle très culturelle (snon, ortho, registre) Sens de la diplomatie (int'l)

Intégration

Equipe	24 employés + alternants
Responsable	Mme K > aujourd'hui chargée de clientèle Pas de tuteur direct Co-coaching adm + cpta
Interlocuteurs (interne / externe)	
CFA / Formation	Besoin d'anglais (moyenne = 8) ?
Observations	Contexte international > USA + Chine Relance compta en anglais

Actions

	Intitulé	Projet	En cours	Achevée	BTS
1	MO sur Quadra : saisie FRN (grille d'erreurs)	X			
2	Team building = sortie ski au frais des participants	X			
3	Relance prêt de matériel + gestion d'inventaire	X			
5	Newsletter / plaquette + BDD / Salon SITEM	X			
6	MO d'activité du service (tracking, qualité)	X			

	Guide d'accueil				
	Gestion du parc automobile = suivi des frais km / gestion des deplacements	X			
	Relance client	X			1.2
	MO des appels d'offre = faciliter la tenue des docs à jour	X			

Impression générale et remarques personnelles

Poste proche d'une AD/AM
Vie du service
Bérénice veut faire de la compta, mais l'entreprise l'oriente sur l'adm :
Peu de mouvement de salariés = bcp d'habitudes et peu de transmission type KM.

Date : 03/11/2009	Visite 2
Entreprise : XXX	Tuteur : Mme K
Nom : XXX	Prénom : Bérénice

Poste et Compétences

Profil (alt+tut)	Autonomie (malgré des erreurs, admise des 2 côtés, d'où besoin de vigilance). Va trop vite ? Manque de concentration ?
Évolutions des missions depuis 1ere année	Admin. des ventes (clients anglais) + expédition des ventes Forme sur Office Déplacement des salariés (travel check list en formulaire Word) Standard en progrès (openspace) + contact anglais (avec client chinois) Pointage facture (suivi des erreurs 20% -> 5%) + compta frais déplacement.

Intégration

Equipe	
Observations	XXX a choisi l'IMT pour la dispo des mercredis -> bcp saute en 2ème année, c'est pas correct (cf. Myriam B.). IMT l'an prochain ? Tutrice absente le mercredi

Actions

	Intitulé	Projet	En cours	Achevée	BTS
1	MO sur Quadra : saisie FRN (grille d'erreurs)	X			
2	Team building = sortie ski au frais des participants	X			
3	Relance prêt de matériel + gestion d'inventaire	X			
5	Newsletter / plaquette + BDD / Salon SITEM	X			
6	MO d'activité du service (tracking, qualité)	X			
	Guide d'accueil				
	Gestion du parc automobile = suivi des frais km / gestion des deplacements	X			
	Relance client	X			1.2
	MO des appels d'offre = faciliter la tenue des docs à jour	X			
	Intitulé	Projet	En cours	Achevée	BTS

1	Gestion des prêts matériels clients		X		
2	Colisage *board* (fiche produit, N°OP, colisage/poids) : peser chaque produit	X			
3	Arbre de Noël (09/12)		X		
4	Enquête satisfaction client (en collaboration : phoning) – deadline novembre 2009		X		
5	Gestion du parc automobile (planning révisions) dans GoogleAgenda			X	
6	Notes de frais (€/autre devise)			X	
7	Checking expédition (ISO)				
	Bonnes pratiques éco-logie				

Impression générale et remarques personnelles

Mme K me dit avant la réunion qu'elle ne veut pas parler du pb FB devant Bérénice : le problème est réglé, pas besoin de revenir dessus
Énorme charge de travail (cf. mercredis mobilisés par l'IMT)
Évolution ? Poursuite ? Bérénice hésite…
En fin de réunion, discussion informelle : on revient sur FB, les pb de génération et les difficultés à compartimenter le privé et le pro.

27. Un dossier de synthèse sur le 'Génération' en BTS

Karl MANNHEIM, 1928

[Génération potentielle, génération effective, unité générationnelle]

Alors qu'une *situation de génération* semblable n'est qu'une potentialité, un ensemble générationnel se constitue à partir de la participation des individus relevant de la même situation de génération à un destin commun et aux contenus qui en relèvent et qui y sont liés. Alors les *unités de générations* particulières peuvent surgir à l'intérieur de cette communauté de destin. Elles sont caractérisées par le fait qu'elles ne signifient pas seulement une participation floue d'individus différents à un ensemble d'événements vécus en commun mais qui se présentent comme différents, mais par le fait qu'elles signifient aussi une réaction unitaire, une résonance et un principe structurant, structurés de façon analogue, des individus relevant d'une situation de génération définie, et dans cette mesure précisément, liés entre eux.

Plusieurs unités de générations qui se combattent mutuellement, peuvent donc se former dans le cadre d'un même ensemble générationnel. Elles vont constituer un «ensemble», parce que précisément, même en se combattant, elles sont mutuellement accordées. La jeunesse qui, aux alentours de 1810, participe au même ensemble générationnel spirituel et social, appartient à un seul et même ensemble générationnel, indépendamment de son adhésion aux idées libérales de l'époque ou au conservatisme de son temps. Mais, à l'intérieur de cet ensemble générationnel, on appartenait à une unité de génération différente, en fonction de l'adhésion de chacun aux intentions fondamentales conservatrices ou libérales.

L'unité de génération agit sur les individus qu'elle inclut, en les liant bien plus concrètement, justement par le biais de cette détermination d'orientation qui lui est inhérente. En effet, la plupart du temps, les intentions fondamentales propres à une génération, qui portent son empreinte, qui sont nouvelles, partiales[1] et prennent position, ne naissent pas dans le vide, sans contact personnel, mais dans des *groupes concrets*, où des individus se rencontrent dans une proximité vitale, se stimulent mutuellement psychiquement et spirituellement et font apparaître dans cette communauté de vie les intentions fondamentales (qui correspondent à la nouvelle situation). De telles intentions fondamentales, de telles tendances structurantes, une fois qu'elles sont apparues dans la liaison concrète entre individus isolés, sont susceptibles d'être reprises ultérieurement par ces groupes concrets ; elles ont une force qui agit à distance, qui recrute et qui rassemble.

L'unité de génération, au sens que nous lui avons donné, n'existe pas sous la forme d'un groupe concret, même si son noyau est fondé par un groupe concret, qui produit les stimulants essentiels et les potentialités susceptibles de se développer.

1. ***Partiales*** : qui prennent parti.

Le Problème des générations, trad. Gérard Mauger, Nia Perivolaropoulou, © Nathan, 1990, p. 62-63.

■ Jean-Luc Excousseau, *La Mosaïque des générations* (2000)

Dans *La Mosaïque des générations*, le sémiologue[1] Jean-Luc Excousseau, sociologue de formation, refuse d'envisager la génération d'un point de vue strictement démographique. D'après lui, la « personnalité » d'une génération, qui réside dans une sensibilité commune et trouve sa cohérence au-delà de la diversité des individus qui la composent, est un facteur déterminant de la notion de génération.

[Réfutation du critère démographique et du contexte historique, pour un critère de sensibilité]

La plupart des analyses sur les générations insistent, et à juste titre, sur la spécificité des « effets de génération ». Que signifie cette notion ? Elle met l'accent sur le fait fondamental qu'il existe une *cohérence* des générations, une *consistance* particulière et donc une sorte de *personnalité* distincte et collective qui échappe aux autres approches et aux autres angles de vue de la réalité sociale. La définition de la personnalité de la génération doit être l'objectif prioritaire.

Pour être clair, une génération est repérable par les dates de naissance des effectifs qui la constituent et on peut en donner un profil démographique, une représentation sur la base de la démographie. Faut-il pour autant rabattre la génération sur des particularités démographiques ? Bien sûr que non. La démographie en dessine la silhouette mais elle laisse de côté l'essentiel. Dès lors on comprendra que nous refusions d'utiliser les dénominations qui font trop référence à la démographie. Parler de *boomers*, c'est prendre le risque de laisser croire que le fait d'être né lors du *baby-boom* de l'après-guerre est *en soi* un facteur déterminant dans la personnalité de la génération. C'est bien sûr déterminant au sens d'une circonstance donnée et d'un contexte, mais on voit mal en quoi cela devrait devenir substantiel et prioritaire dans la définition de la génération et donc dans le choix de sa dénomination. L'étude des générations ne se confond pas avec l'analyse démographique et donc ses termes doivent savoir s'en émanciper. […]

Le contexte historique joue un rôle déterminant dans la vie des générations et donc l'histoire est une des disciplines les plus appropriées pour saisir les spécificités du parcours d'une génération, sa négociation avec les faits et les méfaits de l'époque. Faut-il pour autant identifier une génération à un moment de l'histoire, voire à un ensemble de moments jugés particulièrement décisifs et formateurs d'une spécificité ? Et à quelle étape de la vie de la génération faut-il choisir cet ou ces événement(s) marquant(s) ? Et en quoi sera-t-il plus « marqueur » que d'autres éminemment discrets et moins médiatisés ? Ne court-on pas le risque de voir les remises en perspective de l'histoire, si fréquentes depuis Fernand Braudel[1], venir perturber le jeu arbitraire de nos typologies du moment ?

L'histoire n'est pas plus stable que la sociologie. Elle s'écrit tous les jours, et tous les jours le passé se redessine, comme le fait l'actualité du moment ou l'avenir qu'on projette. […]

Mais, lorsqu'il s'agit d'aller au cœur des générations et de leurs spécificités, alors rien ne vaut le parti pris des choses et des sensibilités matérielles. Du moins est-ce l'angle d'attaque que nous adoptons dans les parties [de cet ouvrage] qui tentent de recomposer et de faire sentir la personnalité de chaque génération, ses traits vraiment spécifiques, ses vrais et fonciers particularismes. Seules les choses et les sensibilités matérielles parviennent à transmettre l'essence de la génération, son caractère et sa présence, et cela bien au-delà des simples mots pour le dire.

Une sensibilité est une manière très particulière de voir les choses et de les sentir, une façon bien à soi d'organiser ses préférences quotidiennes, d'élire ses objets de prédilection, leur esthétique, leur style, d'agir et d'ordonner ses actes. De s'en donner aussi des interprétations, des raisons, des mobiles. Une sensibilité est une galaxie de faits que l'on peut rassembler par recoupements successifs, que l'on considère comme « typiques » après en avoir constaté la fréquence et les métamorphoses, et dont on fait le pari qu'ils ont une attraction commune, une parenté et des principes sous-jacents, des affinités qui les réunissent et les lient d'une façon ou d'une autre. L'intuition commune comprend ce qu'est une sensibilité et utilise le terme dans l'intention d'y faire rapidement référence. Mais les mots sont faibles pour en exprimer le sens avec clarté et ils échouent la plupart du temps à en cerner les contours spontanés avec précision.

Et pourtant une sensibilité portée par des millions d'individus n'est pas vague car elle ne pourrait exister et résister dans ce cas à la pression centrifuge[1] de leur diversité. Bien au contraire, et nous espérons que ce livre contribuera à le démontrer, les sensibilités sont très cohérentes et structurées. Elles ont des noyaux durs, pour reprendre une expression qui fut un temps en vogue, et des principes de consistance très affirmés. Mais une sensibilité n'est pas simple et univoque, au sens d'une figure géométrique, d'un graphique ou d'un chiffre. Comme son nom l'indique, elle met à contribution les sens et leurs matériaux pour en faire du sens, des voies bien orientées, des choix bien dirigés et partisans. On a l'impression que tous les goûts sont possibles, que tous nos choix sont *a priori* libres et ouverts. La sensibilité réduit ces possibilités théoriques et restreint l'étendue des chemins qui nous seront donnés de parcourir. Non seulement elle parvient à nous *limiter* sans que nous le percevions, mais aussi elle prise les élégances que procure la bonne combinaison entre économie de moyens et efficacité. L'acte isolé est intéressant s'il trouve dans d'autres choix ou d'autres penchants des échos de préoccupations semblables et s'il renforce une cohésion déjà à l'œuvre par ailleurs.

1. ***Fernand Braudel*** : historien français (1902-1985).

1. ***Pression centrifuge*** : pression qui éloigne du centre ; ici, la diversité de cet ensemble d'individus ferait éclater la sensibilité commune si elle n'était pas parfaitement cohérente.

La Mosaïque des générations,
© Les échos Éditions/Éditions d'organisation,
coll. « Tendance », 2000, p. 8, 9, 10, 12, 14.

Bernadette Bawin-Legros.

[Le critère culturel : un certain regard sur les événements]

Le concept de génération ne traduit pas simplement un phénomène démographique de succession des âges. Il convient de le restituer dans son contexte sociétal et de le considérer par rapport à l'histoire de chacune des générations. Par la conceptualisation de celles-ci, en liaison avec la notion de changement social, Karl Mannheim[1] introduit le rapport à l'histoire. Pour lui, la génération n'est pas un groupe concret dont les membres seraient unis par des liens réciproques comme dans la famille, le clan, la tribu ou l'association. L'appartenance à une génération « potentielle » est fondée sur le rythme biologique de l'existence, avec sa durée limitée et son vieillissement. Être né à une certaine date ne procure en soi aucune appartenance collective, mais assigne un positionnement dans un processus historique.

La position dans le processus historique prédispose à des modèles d'expériences et de pensées produits par les données naturelles de la transition d'une génération à l'autre, ce qui en définitive n'est qu'un déterminant parmi d'autres, la structure sociale ne pouvant être ignorée dans toute analyse du problème des générations.

Être né en 1970-1975 induit certes un certain type de comportement lié au fait que l'on a été marqué au même âge par les mêmes événements, mais la position de classe (être fils ou fille de) continue également de donner naissance à un autre phénomène qui est parfois aussi déterminant que l'appartenance générationnelle : l'appartenance de classe. En 2006, celle-ci a repris de la vigueur étant donné les phénomènes de précarisation, mais elle ne semble pas avoir touché les trentenaires, surtout marqués par une certaine homogénéisation des milieux sociaux liée à la démocratisation.

Qu'on la considère du point de vue démographique ou du point de vue de la filiation, une génération est associée à des modes de pensée, des mentalités, des savoirs, des états d'esprit qui la spécifient. Les marqueurs de génération relèvent de la connaissance. Le fait est évident sur la longue durée dès lors qu'on s'exprime par des tentatives de reconstitution historique par génération, surtout dans l'art et la littérature. L'empreinte cognitive[1] des générations est également sensible entre contemporains appartenant à des générations différentes et quand elle est invoquée, c'est souvent sous le couvert d'habitudes culturelles. Ce fut le cas de la génération des romantiques au XIX^e^ siècle ou de celle que symbolisait Vienne au tournant du XX^e^ siècle. Aujourd'hui, on caractérise aisément les générations par des mouvements de mode, des styles de vie (les *hippies*[2], les *babas*[3], les bobos[4]) ou de vêtements (le jean sous toutes ses formes), des événements (la génération de la Grande Dépression[5], de l'après-guerre, de 1968), des années remarquables (les Années folles[6], les années 1930, les années 1960), ou encore un état d'esprit (la « bof génération[7] », les « objecteurs de croissance[8] »).

Ces identifications de générations procèdent, non pas d'éléments objectifs tels que l'âge, mais d'un certain regard porté sur les événements saillants de l'actualité par les journalistes, les artistes, les politiques, les sondeurs d'opinion, les scientifiques qui, par là, contribuent à la construction de discours sociaux sur les générations.

1. ***Cognitive*** : de l'ordre du savoir, de la connaissance, de la culture.
2. ***Hippies*** : voir note 1, p. 21.
3. ***Babas*** : *babas cool*, synonyme plus récent de *hippies*, appliqué souvent à une mode vestimentaire et un mode de vie.
4. ***Bobos*** : bourgeois bohèmes ; le mot désigne les catégories aisées de la population qui vivent de manière bohème.
5. ***Grande Dépression*** : crise économique mondiale, déclenchée par un krach boursier américain le 28 octobre 1929.
6. ***Années folles*** : expression utilisée pour designer, en France surtout, les années 1920, caractérisées par une aspiration nouvelle à la liberté, une effervescence intellectuelle et culturelle et une remise en cause des valeurs d'avant-guerre.
7. ***Bof génération*** : génération d'après Mai 1968 caractérisée par son manque d'engagement, son indifférence à la politique.
8. ***Objecteurs de croissance*** : mouvement politique écologiste, anticapitaliste et antiproductiviste.

Génération désenchantée : le monde des trentenaires,
© Payot, 2006, p. 26-28.

■ **Valérie Hugentobler, *Dictionnaire suisse de politique sociale*, article « Génération » (édition de 2002)**

[Naissance et évolution du concept de génération]

Le concept de génération est développé dès le XIXe siècle dans le cadre de réflexions sur l'histoire, à la quête d'une démarche scientifique ; la notion de génération apporte un outil méthodologique qui semble permettre de mesurer le temps historique, en comprendre et en expliquer les mouvements. C'est K. Mannheim, au début du XXe siècle, qui développera une conception, considérée aujourd'hui comme classique, des générations. Dans la recherche, la notion de génération est utilisée dans trois contextes différents : a) pour la différenciation de l'ascendance et de la descendance dans les familles (génération généalogique), b) comme catégorie pédagogico-anthropologique[1], désignant le rapport entre une génération qui transmet et une génération qui acquiert (génération pédagogique), et c) pour la différenciation de groupes collectifs historiques ou sociaux ayant des orientations culturelles ou des intérêts communs du fait qu'ils ont grandi dans le même temps (génération historico-sociale).

Selon K. Mannheim, le problème des générations est essentiel pour comprendre le changement social et relève de la recherche des processus sociaux qui structurent le phénomène : il s'inscrit ainsi dans une démarche sociologique. Être né à une certaine date ne procure pas en soi une appartenance collective, sinon d'ordre démographique, mais assigne un positionnement dans un processus historique. Mannheim propose également une analogie avec la classe sociale, tout en précisant qu'il s'agit de réalités différentes avec une certaine ressemblance structurelle. On ne peut parler de « génération effective » que dans la mesure où se crée un lien entre les membres d'une génération (sinon, il parle de « génération potentielle », fondée sur le rythme biologique de l'existence, avec une durée limitée et un vieillissement).

Dès les années 1950, on assiste à un regain d'intérêt pour le concept de génération, mais l'idée première qui consistait à mieux expliquer et comprendre l'histoire disparaît au profit d'études très diversifiées et avec des ambitions théoriques plus modestes et moins globalisantes. Il s'agit plutôt d'analyser par ce biais certains aspects de l'organisation sociale, dans le cadre de la sociologie de la famille, de la jeunesse ou encore des âges. C'est un concept qui sera surtout, dans un premier temps, utilisé pour définir des jeunes générations (Mai 1968, *hippies*[1], *grunge*, *baby-boom*, etc.), mais que l'on retrouve peu à peu associé à d'autres âges de la vie. Souvent relayé par les médias (et dans le sens commun), de manière plutôt réductrice (désignation de l'ensemble des membres d'une génération selon un repère unique tel qu'une guerre, une mode, une crise, etc.), ce concept est aussi de plus en plus fréquemment utilisé dans d'autres disciplines, telles que l'économie, la démographie ou la psychologie.

C. Attias-Donfut[2] note un certain glissement de la notion de génération à la notion d'âge, dont peut résulter un certain nombre de notions dérivées, avec des utilisations variables mais aussi une certaine confusion. Elle définit deux séries de notions : celles désignant un ensemble de personnes apparentées à une génération (cohorte[3], classe d'âge, groupe d'âge) et celles qui se réfèrent à un intervalle de temps qui sont apparentés à l'âge (phase de vie, échelon d'âge, périodisation).

1. ***Anthropologique*** : qui concerne les sciences qui étudient l'homme.

1. ***Hippies*** : génération (1965-1975) caractérisée par le refus des valeurs traditionnelles et dont le slogan est « Faites l'amour, pas la guerre ».
2. ***C. Attias-Donfut*** : sociologue, auteur de *Sociologie des générations, L'empreinte du temps*, PUF, 1998.
3. ***Cohorte*** : ici, ensemble des individus ayant vécu dans des circonstances semblables pendant la même période de temps ; en général une année.

Dictionnaire suisse de politique sociale, © Centre d'étude de la politique sociale (Genève) et de l'Association romande et tessinoise des institutions d'action sociale (ARTIAS), 2002.

■ Dans *Les Plages d'Agnès*, la cinéaste Agnès Varda revient sur son parcours d'artiste, de militante féministe et de femme. On la voit sur cette photographie réalisée à l'occasion de la sortie du film (2008) en compagnie de ses deux enfants, de sa belle-fille et de ses petits-enfants. Le document illustre la double dynamique de la notion de génération. Se côtoient ici trois générations successives : chacun est inscrit dans cette succession et trouve également sa place dans sa génération.

28. Le sujet officiel de l'épreuve de 2010

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

SESSION 2010

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION

AUCUN MATERIEL N'EST AUTORISÉ

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 8 pages, numérotées de 1 à 8.

PREMIÈRE PARTIE : SYNTHÈSE (40 points)

DEUXIÈME PARTIE : ÉCRITURE PERSONNELLE (20 points)

Durée : 4 heures

PREMIERE PARTIE : SYNTHESE (/ 40 POINTS)

Génération (s)

Vous rédigerez une synthèse concise, objective et ordonnée des documents suivants :

Document 1 : Wajdi Mouawad, *Ciels* (2009)

Document 2 : Bernard Préel, *Générations : la drôle de guerre* in « De génération à génération » (*Informations sociales* n° 134, juin 2006)

Document 3 : Etienne Gruillot, *Petites chroniques de la vie comme elle va* (2002)

Document 4 : Dessin de Plantu, *Le Monde* (12 novembre 1999)

DEUXIEME PARTIE : ECRITURE PERSONNELLE (/ 20 POINTS)

Préserver entre les générations une culture commune vous semble-t-il important ?

Vous répondrez à cette question d'une façon argumentée en vous appuyant sur les documents du corpus, vos lectures de l'année et vos connaissances personnelles.

DOCUMENT 1

Dans la pièce de théâtre *Ciels,* le père Charlie Eliot Johns communique à distance avec son fils resté au Québec. L'adolescent doit effectuer un travail – à partir dœuvres d'art – dont le thème est la beauté.

CHARLIE ELIOT JOHNS. Bon. O.K. Ecoute ! Je n'ai pas envie de te parler de l'école, je ne veux même pas te parler de la nécessité de faire le devoir, O.K. ? Fais comme tu veux. Mais il y a peut-être une autre manière de voir la chose. Ecoute-moi : on te donne l'opportunité d'aller dans un musée pour regarder des œuvres d'art. Ne vois pas ça comme une obligation, O.K. ? Mais comme une occasion. Essaye de faire cet effort. Pas pour le devoir, non, tu as raison, le devoir n'a aucune importance, mais pour toi ! Il faut bien que tu te fasses une idée sur l'art et la beauté ! Comment tu veux grandir sinon ? Comment tu veux faire pour savoir qui tu es et d'où tu viens si tu ne t'intéresses pas à ce qui a existé avant toi ? Tu vas voir des couleurs qui nous viennent du Moyen Âge : un jaune, un rouge ! Tu vas être devant des bleus qui ont été posés sur la toile avant la fondation de Québec et qui ont gardé le même éclat ! Tu verras des verts qui étaient là bien longtemps avant ta naissance et qui vont continuer à être là bien longtemps après ta mort ! C'est une chance ! Ne passe pas à côté ! Ça te fera voyager, Victor, et peut-être ressentir des sensations nouvelles ! Tu n'es pas obligé d'y rester huit heures ! Tu fais le tour, tu vas boire un café puis tu retournes voir les tableaux qui te sont restés en tête ! C'est tout ! Quand je reviendrai, on y retournera et on les regardera ensemble ! Qu'est-ce que tu en penses ?

VICTOR ELIOT JOHNS. O. K. !

CHARLIE ELIOT JOHNS. Le pire qui puisse arriver, c'est que tu t'ennuies, c'est tout.

VICTOR ELIOT JOHNS. O. K. !

CHARLIE ELIOT JOHNS. Bon. Et ce que je te propose, c'est que ce devoir, on le fasse ensemble ; le diaporama, on le construit ensemble, on fait le montage des images ensemble, on discute ensemble sur la beauté, je t'aide à clarifier tes idées !

VICTOR ELIOT JOHNS. Comment ça ?

CHARLIE ELIOT JOHNS. Tu vas au musée, tu prends les photos des œuvres qui te plaisent, tu me les envoies par mail, on les regarde ensemble, je te propose un montage, je te pose des questions, on se fait des séances de travail et tout ça…

VICTOR ELIOT JOHNS. Ah ! O. K. !

DOCUMENT 1 (suite)

CHARLIE ELIOT JOHNS. Ça te plaît ? Moi, je t'avoue, ça me ferait extrêmement plaisir ! C'est vrai, on ne fait jamais rien ensemble…

VICTOR ELIOT JOHNS. O. K. ! Je vais le faire !

CHARLIE ELIOT JOHNS. Bon ! Ce qui serait vraiment bien, c'est que l'on puisse avoir les photos le plus rapidement possible, pour qu'on puisse avoir du temps… qu'est-ce que tu en penses ?

VICTOR ELIOT JOHNS. Oui, oui, je te… je vais y aller !

CHARLIE ELIOT JOHNS. Et ne prends que les œuvres qui t'auront réellement plu ! C'est ton regard, ta manière de voir qui comptent. Tu me le promets ?

VICTOR ELIOT JOHNS. Oui, oui, je te… je te le promets !

W. Mouawad,
Ciels (2009)

DOCUMENT 2

Vieux et jeunes

Le cycle de la vie ne s'arrête pas de tourner. Le simple jeu du renouvellement des générations fait qu'on ne peut baisser la garde. On n'en a jamais fini avec la transmission du code culturel. Il faut le reprogrammer en permanence. Mais surtout, il faut programmer les nouveaux arrivants. C'est affaire de patience et donc de réussite. Pas sûr que les bleus[1] adhèrent aux valeurs qu'on s'évertue à leur inculquer. Leurs pères auront beau leur dire que leur expérience leur a appris à ne pas retomber dans les mêmes errements, ils voudront le vérifier par eux-mêmes. Ils auront l'insolence de n'accepter l'héritage que sous bénéfice d'inventaire[2]. La rupture sera consommée avec le désir de fonder une contre-culture qui ne tardera pas à devenir, avec le temps, la culture de référence. L'histoire est toujours « à suivre », ouverte sur l'inconnu et le surprenant : « *Le progrès est loin d'avoir toujours suivi une ligne droite ; l'histoire a connu des générations ayant, par un mouvement rétrograde, renoncé aux conquêtes des générations antérieures* », comme l'énonce S. Freud.

Quelles sont les raisons qui conduisent les jeunes générations à ne pas suivre le chemin tracé par leurs prédécesseurs ?

- La rapidité des changements est telle que les vingt-cinq à trente-cinq années séparant parents et enfants creusent un fossé entre eux. Ils vivent sur des planètes différentes. Les parents ne sont plus dans le coup : ils sont obsolètes. Les jeunes n'ont rien à apprendre d'eux ; les fils ne prennent plus guère la suite de leurs pères, et si jamais ils le font, ils auront une pratique bien différente de celle de leurs géniteurs. L'influence des aînés est rejetée au profit de ses propres expériences faites avec ses comparses : les pairs remplacent les pères. Aussi les nouvelles générations n'auront plus de raison de se rebeller puisqu'elles se seront forgées elles-mêmes leurs valeurs. Et ce d'autant plus que leurs parents auront eu la prudence de ne leur transmettre que le principe d'autodétermination et non pas un contenu dont ils savaient qu'il serait bien précaire. Le grand écart ne cesse de se creuser. Les vieux sont de plus en plus débranchés, vivent dans leurs souvenirs et lisent des livres d'histoire ; les jeunes sont impatients de grandir, s'impatientent et plongent dans la science-fiction ! Ils ont retenu le discours des experts leur annonçant qu'ils devaient se préparer à faire trois

[1] Nouvelles recrues, notamment dans l'armée, ici, les jeunes, qui ne sont pas formés.
[2] Les jeunes n'acceptent qu'un héritage sans dette(s).

DOCUMENT 2 (suite)

métiers différents au cours de leur vie professionnelle – c'est le tempo qui change, finissant par briser les engagements à vie (travail, mariage...). S'imposent alors des séquences de vie, et ce qui ne tient même plus la distance d'une vie, comment imaginer le transmettre à la génération suivante ? Comment imaginer que l'on fera toute sa carrière, une bonne quarantaine d'années, dans la même entreprise ? Comment imaginer que l'on demeurera fidèle à son compagnon de route, alors que l'espérance de vie ne devrait pas rendre exceptionnelle la célébration des noces de chêne (quatre-vingts ans de vie commune) ?

- La volonté de suivre son propre chemin et de se faire sa religion, notamment au milieu de ses pairs ; les jeunes ayant l'orgueil de croire qu'ils peuvent tout inventer autrement. « *Les fils répètent les crimes de leurs pères précisément parce qu'ils se croient moralement supérieurs* », dit René Girard[3]. Les nouvelles générations corrigeront quelque peu le tir pour éviter l'implosion et feront d'« ensemble » et de « concrètement » leurs mots de référence.
- Le doute qui s'empare des parents se jugeant inaptes à transmettre quoi que ce soit. Ce fut particulièrement le cas de la génération *krach*, qui a eu 20 ans au milieu des années trente. Les enfants de Verdun ont connu la débâcle de juin 1940, **Le chagrin et la pitié**[4], la collaboration et la résistance dans la France de Vichy. Ils ont obéi à leurs parents et plus tard à leurs enfants ; timides, ils ne veulent surtout pas être à charge, continuent à épargner et souscrivent des conventions obsèques pour payer le dernier service qui leur sera rendu !
- Une opposition parfois frontale entre parents et enfants : formés dans des contextes fort différents, ils ont connu des scénarios opposés. Il est question de responsabilité dans des guerres, ce moyen cynique qu'utilisent les vieux pour envoyer prématurément les jeunes au « casse-pipe », et de la gestion du chômage des jeunes.

Bernard Préel,
Générations : la drôle de guerre in « De génération à génération »
(*Informations sociales* n° 134, juin 2006)

[3] Philosophe et essayiste français contemporain.
[4] Titre d'un film de M. Ophüls dont le propos est explicité dans la suite de la phrase : collaboration et résistance sous l'occupation.

DOCUMENT 3

« L'humanité est faite de plus de morts que de vivants »[1] : au sens où les morts sont plus nombreux que les vivants, bien sûr ; mais surtout parce que sans cette mémoire de l'humanité qu'est la culture, l'individu ne serait que biologique, l'individu ne serait qu'une abstraction. C'est l'Humanité qui est bien réelle, seule réelle à travers ces *humanités*. C'est pourquoi Auguste Comte[2] propose une « religion de l'Humanité », ce qui est souvent mal compris. Il veut dire là que notre humanité est reliée à cette grande collectivité humaine, seule à être immortelle, alors que les individus, les générations ne font que passer et meurent. L'héritage est loin d'être un esclavage comme l'instinct puisque l'on peut remanier, trafiquer même, prolonger, critiquer, enrichir ce legs. Ce que nous suggère cet héritage, c'est que l'humanité est le plus vivant des êtres connus, et en ce sens, malheureux l'inculte : il se prive de la grande compagnie des morts qui éclaire et enchante le monde des vivants. Comme le fait comprendre Oscar Wilde[3] pour qui, sans la peinture de Turner[4], nous resterions insensibles à la beauté des brouillards irisés de la Tamise : « Là où l'homme cultivé saisit un effet, l'homme sans culture attrape un rhume. » Il y a peut-être pire, alors, que l'amnésie : c'est l'inculture, c'est le fait de se croire ou de se vouloir orphelin…

« Tel père, tel fils », alors ? On n'ose le soutenir, de peur d'être « mélo »[5] ou fataliste. Mais tout de même, voilà quarante ans que la sociologie a avancé l'idée de *capitaux symboliques*, qu'elle démontre que nos héritages ne sont pas seulement économiques et matériels, mais aussi sociaux. De ce point de vue, nous sommes pris dans un véritable conflit d'héritage : d'un côté le grand héritage des humanités, celui qu'idolâtre Auguste Comte ; de l'autre côté, l'hérédité de nos appartenances sociales qui bloquent et interdisent l'accès à l'héritage culturel.

E. Gruillot,
Petites chroniques de la vie comme elle va (2002)

[1] Citation d'Auguste Comte.
[2] Philosophe français (1798 – 1857).
[3] Écrivain et auteur dramatique anglais d'origine irlandaise (1856-1900).
[4] Peintre, aquarelliste, dessinateur anglais (1775-1861).
[5] « Mélo » : abréviation de l'adjectif « mélodramatique », synonyme de sentimental et niais.

DOCUMENT 4

Dessin de Plantu,
Le Monde (12 novembre 1999)[1]

[1] Allusions à deux phénomènes de l'année 1999 : la crainte du « bogue de l'an 2000 » (dysfonctionnement possible des systèmes informatiques au moment de l'entrée en service de la datation 2000) et l'éclipse solaire importante d'août 1999.

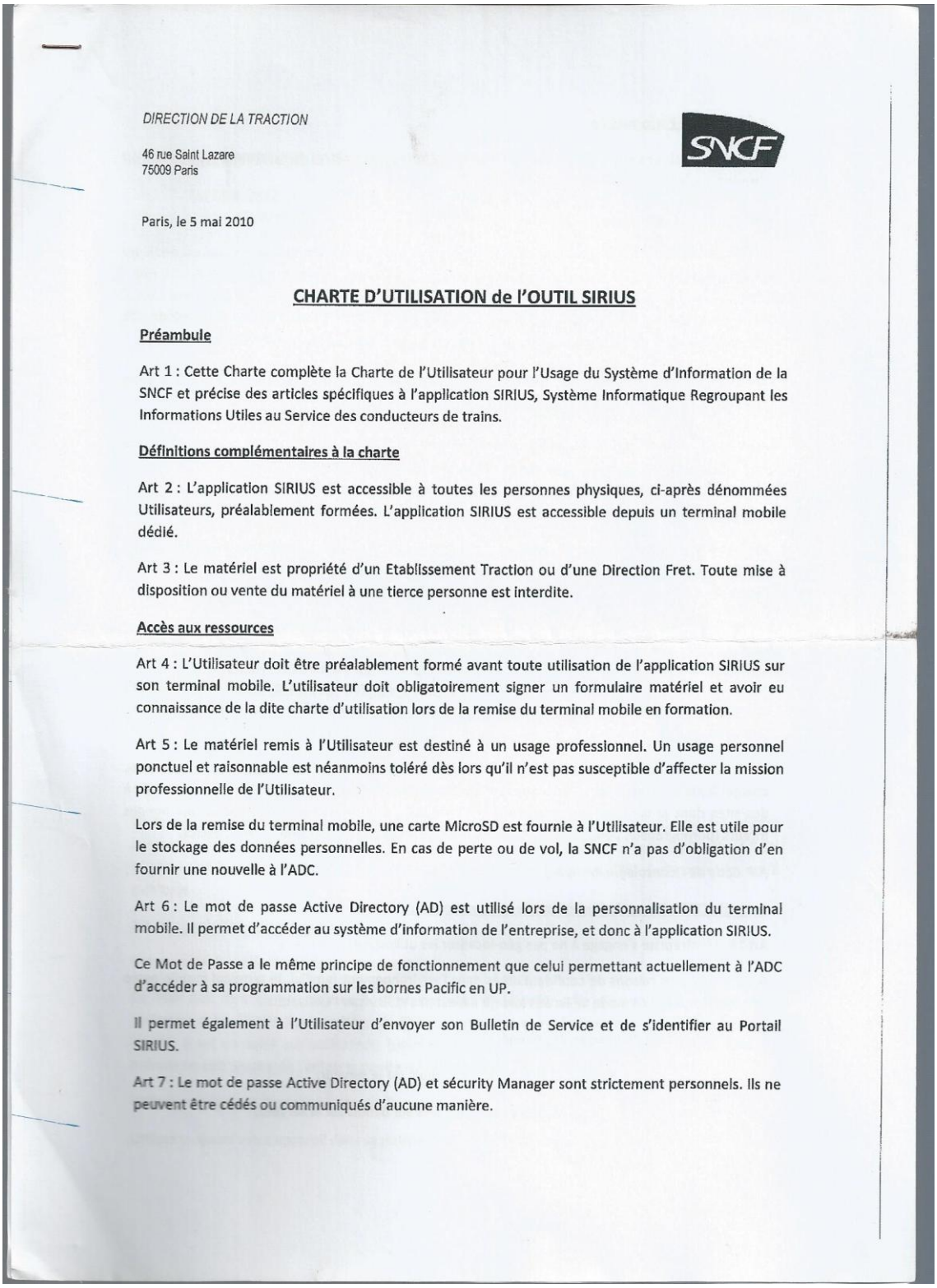
29. Exemple d'action : la ventilation des heures pour les personnes ressources dans l'entreprise X

Matricule	Libellés	Centre émet	Typact	Ctre réc	Elément d'OTP récept
	HEURES THEORIQUES				
30066032	ALQUEVA2	FR301152	ENG06		AQV01F06MEUIS
30066032	ANGOSTURA	FR301152	ENG06		AGT01F06MEUIS
30066032	NANT DE DRANCE	FR301152	ENG06		
30066032	LINTHAL LIMMERN (Basic)	FR301152	ENG06		LIN01T1GOV
30066032	LINTHAL LIMMERN (Detail)	FR301152	ENG06		
30066032	MEROWE	FR301152	ENG06		MRW01T1GOV
30066032	BAOQUAN	FR301152	ENG06		BQN01T1GOV
30066032	HUIZHOU	FR301152	ENG06		HZH01T1GOV
30066032	BAILIANHE	FR301152	ENG06		BLH01T1GOV
30066032	SEYMAREH	FR301152	ENG06		
30066032	WIMALA SURENDRA & NEW LAXAPANA	FR301152	ENG06		LAX01F06MEUIS
30066032	MENGE/KOPRU/KAVSAKBENDI	FR301152	ENG06		MVP01F06MEUIS
30066032	ARKUN (Basic)	FR301152	ENG06		
30066032	ARKUN (Detail)	FR301152	ENG06		
30066032	EDF-ARLY	FR301152	ENG06		R6432T1GOV
30066032	EDF-NENTILLA	FR301152	ENG06		R6442T1GOV
30066032	EDF-REVIN-GX	FR301152	ENG06		R6452T1GOV
30066032	EDF-SAINT DALMAS	FR301152	ENG06		R6412T1GOV
30066032	EDF-SAUT MORTIER	FR301152	ENG06		R6392T1GOV
30066032	CNR-CADEROUSSE G2	FR301152	ENG06		R6222T1CDR
30066032	POUBARA GS	FR301152	ENG06		R6582T1SLG
30066032	ARABSAT R1 et TB	FR301152	ENG06		A5582T1AR1
30066032	HOH HOT	FR301152	ENG06		R6022T1
30066032	TANES 2	FR301152	ENG06		R0442T16
30066032	AHAI	FR301152	ENG06		R6532T1
30066032	KARIBA SOUTH	FR301152	ENG06		R6602T1SLG
30066032	EDF-BANCAIRON	FR301152	ENG06		R6702T1GOV
30066032	EDF-COURBAISE	FR301152	ENG06		R6712T1GOV
30066032	EDF-Les FADES	FR301152	ENG06		R6722T1GOV
30066032	ESCALES	FR301152	ENG06		R0154T06
30066032	JORETHANG	FR301152	ENG06		R6622T1
30066032	MACHU PICCHU	FR301152	ENG06		R6592T1
30066032	SMOKY FALLS ELEC	FR301152	ENG06		R0154T07
30066032	INEO MCO M2	FR301152	ENG06		A5612T1
30066032	TAS MFORM 2	FR301152	ENG06		A0022T27
30066032	GTA BTA Alcatel 11m	FR301152	ENG06		A5592T1
30066032	IND DRACO VIASAT 11m	FR301152	ENG06		A5622T1
30066032	OCP JORF LASFAR	FR301152	ENG06		A5602T1GOV
30066032	Le POUGET (G4-G5)	FR301152	ENG06		R6732T1GOV
30066032		FR301152	ENG06		
30066032		FR301152	ENG06		
30066032		FR301152	ENG06		
30066032	Bourg les valence	FR301152	ENG06		R6494T1
30066032	SE SEAN4	FR301152	ENG06		PC103T004007
30066032	CAP des BICHES	FR301152	ENG06		A5562T1
30066032	DOIRAS	FR301152	ENG06		PC103T012
30066032	RIZZANESE	FR301152	ENG06		R6052T1
30066032	DOIRAS	FR301152	ENG06		R5572T1
30066032	YEDIGOZE	FR301152	ENG06		
30066032		FR301152	ENG06		
30066032	Heures délégation (code 67,45,40,41)	FR301152	FGXTXD		
30066032	Heures de commission (code 66)	FR301152	FGXTXD		
30066032	Heures de Direction	FR301152	FGXTXD		
30066032	Heures réunion Statutaire (code 46)	FR301152	FGXTXD		
30066032	Heures de Mission CE (code 44)	FR301152	FGXTXD		
30066032	Heures de Congé Formation Syndicale	FR301152	FGXTXD		
30066032	Heures Membre CHSCT (code 42)	FR301152	FGXTXD		
30066032	*Formateurs internes*	FR301152	FGXTXD		
		FR301152			
30066032	Réunion	FR301152	FGXTXD		
30066032	Management Service	FR301152	FGXTXD		
30066032	Audit	FR301152	FGXTXD		
30066032	Incidents Informatique	FR301152	FGXTXD		
30066032	Oi Réservé Production	FR301152	FGXTXD		
30066032	Support CAO	FR301152	FGXTXD		
30066032	Archivage /déménagement	FR301152	FGXTXD		
30066032	GBI	FR301152	FGXTXD		
30066032	*Action 5S*	FR301152	FGXTXD		
30066032	*Formation prévue au plan*	FR301152	FGXTXD		
30066032	*Formation non prévue au plan*	FR301152	FGXTXD		
30066032	*Formation sécurité obligatoire*	FR301152	FGXTXD		
30066032	*Réunion EHS*	FR301152	FGXTXD		
		FR301152			
	TOTAL HEURES TRAVAILLEES				
30066032	Absence Congés payés	FR301152	FGXTXD	FR301152	
30066032	Absence ARTT	FR301152	FGXTXD		
30066032	Absence PNC	FR301152	FGXTXD		
30066032	Absence Sécurité Sociale	FR301152	FGXTXD		
30066032	Autres absences	FR301152	FGXTXD		
30066032	Congés sans solde	FR301152	FGXTXD		
	TOTAL ABSENCES				
	CONTRÔLE	**(signe - = reste à ventiler, signe + = trop ventilé)**			
	HEURES A REGULARISER				

Ordre récep	Réseau	Op	S-op	Pos. Trav.	Tatal	Lu 16/05	Ma 17/05	Me 18/05	Je 19/05	Ve 20/05	Sa 21/05
					37,00	7,40	7,40	7,40	7,40	7,40	
					1,00		1,00				
	NDD01FTGOV1	0004									
	LIN01T1GOV1	0004									
					1,00			1,00			
	SEY01T1GOV1	0005			2,00					2,00	
					2,40		2,40				
	ARK01FRENG1	0001									
	ARK01FRENG1	0004									
					5,40			2,40	3,00		
					2,00		1,00	1,00			
					2,00			2,00			
					1,00				1,00		
					2,00					2,00	
					2,00		1,00	1,00			
					1,40					1,40	
					3,40				3,40		
					3,00		1,00			2,00	
					1,00		1,00				
	YED01FTGOV001	0014									
123000007											
123000008											
123000009											
123000010											
123000011											
123000012											
123000013											
123000028											
203000005											
203000006											
203000007											
203000008											
203000010											
203000011											
203000012											
203000013											
203000014											
203000015											
203000016											
203000017											
203000018											
					29,60		**7,40**	**7,40**	**7,40**	**7,40**	
203000000					7,40	7,40					
203000001											
203000002											
203000003											
203000004											
203000019											
					37,00	**7,40**					

Validation de la Hiérarchie:

30. Exemple d'action : la charte d'utilisation de l'outil de surveillance Sirius de la SNCF



DIRECTION DE LA TRACTION

46 rue Saint Lazare
75009 Paris

Paris, le 5 mai 2010

CHARTE D'UTILISATION de l'OUTIL SIRIUS

Préambule

Art 1 : Cette Charte complète la Charte de l'Utilisateur pour l'Usage du Système d'Information de la SNCF et précise des articles spécifiques à l'application SIRIUS, Système Informatique Regroupant les Informations Utiles au Service des conducteurs de trains.

Définitions complémentaires à la charte

Art 2 : L'application SIRIUS est accessible à toutes les personnes physiques, ci-après dénommées Utilisateurs, préalablement formées. L'application SIRIUS est accessible depuis un terminal mobile dédié.

Art 3 : Le matériel est propriété d'un Etablissement Traction ou d'une Direction Fret. Toute mise à disposition ou vente du matériel à une tierce personne est interdite.

Accès aux ressources

Art 4 : L'Utilisateur doit être préalablement formé avant toute utilisation de l'application SIRIUS sur son terminal mobile. L'utilisateur doit obligatoirement signer un formulaire matériel et avoir eu connaissance de la dite charte d'utilisation lors de la remise du terminal mobile en formation.

Art 5 : Le matériel remis à l'Utilisateur est destiné à un usage professionnel. Un usage personnel ponctuel et raisonnable est néanmoins toléré dès lors qu'il n'est pas susceptible d'affecter la mission professionnelle de l'Utilisateur.

Lors de la remise du terminal mobile, une carte MicroSD est fournie à l'Utilisateur. Elle est utile pour le stockage des données personnelles. En cas de perte ou de vol, la SNCF n'a pas d'obligation d'en fournir une nouvelle à l'ADC.

Art 6 : Le mot de passe Active Directory (AD) est utilisé lors de la personnalisation du terminal mobile. Il permet d'accéder au système d'information de l'entreprise, et donc à l'application SIRIUS.

Ce Mot de Passe a le même principe de fonctionnement que celui permettant actuellement à l'ADC d'accéder à sa programmation sur les bornes Pacific en UP.

Il permet également à l'Utilisateur d'envoyer son Bulletin de Service et de s'identifier au Portail SIRIUS.

Art 7 : Le mot de passe Active Directory (AD) et sécurity Manager sont strictement personnels. Ils ne peuvent être cédés ou communiqués d'aucune manière.

Protection de l'information

Art 8 : L'Utilisateur s'engage à ne pas modifier lui-même les paramètres du système d'exploitation du terminal mobile.

Bon usage des ressources

Art 9 : Le forfait data de l'opérateur de communication mis à disposition de l'Utilisateur est dédié au téléchargement de la documentation utile à la réalisation de la mission de l'Utilisateur.

Art 10 : L'utilisateur s'assure que son terminal mobile et/ou la batterie externe fournie, possède une autonomie suffisante pour assurer sa journée de travail (ses journées en cas de RHR).

Art 11 : L'utilisateur s'engage à télécharger la documentation utile pour la réalisation de la mission lors du temps imparti pour la préparation de sa journée de service.

Art 12 : En mode conduite, toutes les connexions du terminal mobile sont coupées, excepté le mode GPS. L'utilisateur ne peut plus télécharger des informations.

Art 13 : L'Utilisateur envoie son Bulletin de Service lors des opérations de fin de service de sa JS.

Art 14 : L'Utilisateur s'engage à contacter le Support Mobilité en cas de dysfonctionnement, panne, perte ou vol du matériel. Cette condition est incontournable pour la remise d'un nouvel outil par l'entreprise.

Art 15 : L'utilisateur s'engage à ne pas désinstaller la carte SIM intégrée à l'origine dans son terminal mobile.

Art 16 : L'utilisateur s'engage à ne pas procéder à une synchronisation entre son terminal mobile et un terminal fixe (PC). Certains paramètres du PDA pourraient être modifiés et donc l'ADC ne pourrait plus avoir accès à l'application.

Art 17 : Toute utilisation entraînant des consommations importantes de capacité (sites de jeux, chargements de fichiers-films, musiques... - télécommunications à longue distance ...) ; tout accès à des sites dont le contenu est contraire à l'ordre public, à la dignité des individus et aux bonnes mœurs (pornographie, pédophilie, incitation à la haine raciale, révisionnisme, ...) sont exclus.

(CF Code de Déontologie RA 0024)

Garantie CNIL : (Commission Nationale Informatique et Liberté)

Art 18 : L'entreprise s'engage à ne pas géo-localiser les utilisateurs.

Art 19 : Pour des raisons de confidentialités dans l'environnement familial, le terminal mobile passe automatiquement en mode veille dés lors qu'il n'est pas utilisé par l'Utilisateur.

Art 20 : Concernant l'archivage des données :

- Les BS sont archivés 30 mois sur le serveur.
- Les Messages sont archivés sur 6 mois sur le serveur.

Informations importantes pour la santé et la sécurité

Art 21 : ***SECURITE ELECTRIQUE*** : Ce PDA a été conçu pour être utilisé avec une alimentation de la batterie ou de l'unité d'alimentation désignée. Toute autre alimentation peut être dangereuse et rendra nulle toute approbation donnée pour ce PDA.

Art 22 : ***AVERTISSEMENT*** : Afin de réduire les risques d'incendie ou de brûlures, ne désassemblez pas, n'écrasez pas, ne percez, pas, ne court-circuitez pas les contacts externes et n'exposez pas à des températures de plus de 60°c, ou n'éliminez pas dans le feu ou dans l'eau. Ne remplacez la batterie qu'avec celles spécifiées. Recyclez ou éliminez les batteries usagées selon les règlements locaux.

Art 23 : ***Précautions supplémentaires*** :

Gardez la batterie ou l'appareil éloigné de l'eau ou de tout liquide ; car cela peut causer un court-circuit.

Eloignez tout objet métalliques, afin qu'ils n'entrent pas en contact avec la batterie ou ses connecteurs, car cela pourrait créer un court-circuit pendant le fonctionnement.

N'utilisez pas de batterie qui semble endommagée, déformée ou décolorée, ou dont le boitier serait rouillé, qui surchaufferait ou émettrait une mauvaise odeur.

Art 24 : ***SECURITE POUR LA LUMIERE DIRECTE DU SOLEIL :***

Eloignez ce PDA de l'humidité excessive et des températures extrêmes. Ne laissez pas le PDA ou sa batterie à l'intérieur d'un véhicule ou dans les lieux où la température peut dépasser 60°c, tels que le rebord d'une fenêtre, ou derrière du verre qui est exposé à la lumière directe du soleil ou une forte lumière ultraviolette pendant de longues périodes.

Art 25 : ***PREVENTION DE PERTE AUDITIVE :***

ATTENTION : Une perte permanente de l'audition peut se produire si des écouteurs ou un casque sont utilisés à un volume élevé pendant une longue période.

En France, les écouteurs pour cet appareil (fabriqués par HTC, Modèle HS G335), ont été vérifiés conformes à l'exigence du niveau de pression acoustique décrite dans les normes applicables NF EN 50332-1 :2000 et/ou NF EN 50332-2 :2003 comme exigé par l'article L.5232-1 du code de santé publique.

Art 26 : ***RADIATION NON IONISANTE :***

Votre appareil contient une antenne interne.

Ce PDA doit être utilisé dans sa position normale d'utilisation afin d'assurer les performances radiatives et la sécurité des interférences. Comme pour tout autre équipement de transmission radio mobile, il est conseillé aux utilisateurs (pour la sécurité des personnes) qu'aucune partie du corps humain ne soit proche de l'antenne pendant l'utilisation de l'équipement.

Utilisez uniquement l'antenne intégrale fournie.

Utilisez toujours votre appareil dans sa position normale d'utilisation.

Art 27 : ***DOMMAGE NECESSITANT UNE REPARATION :***

Un liquide a été versé ou un objet est tombé sur le PDA.

Le PDA a été exposé à la pluie ou à l'eau.

Le PDA est tombé ou est endommagé.

Il y a des signes apparents de surchauffe excessive.

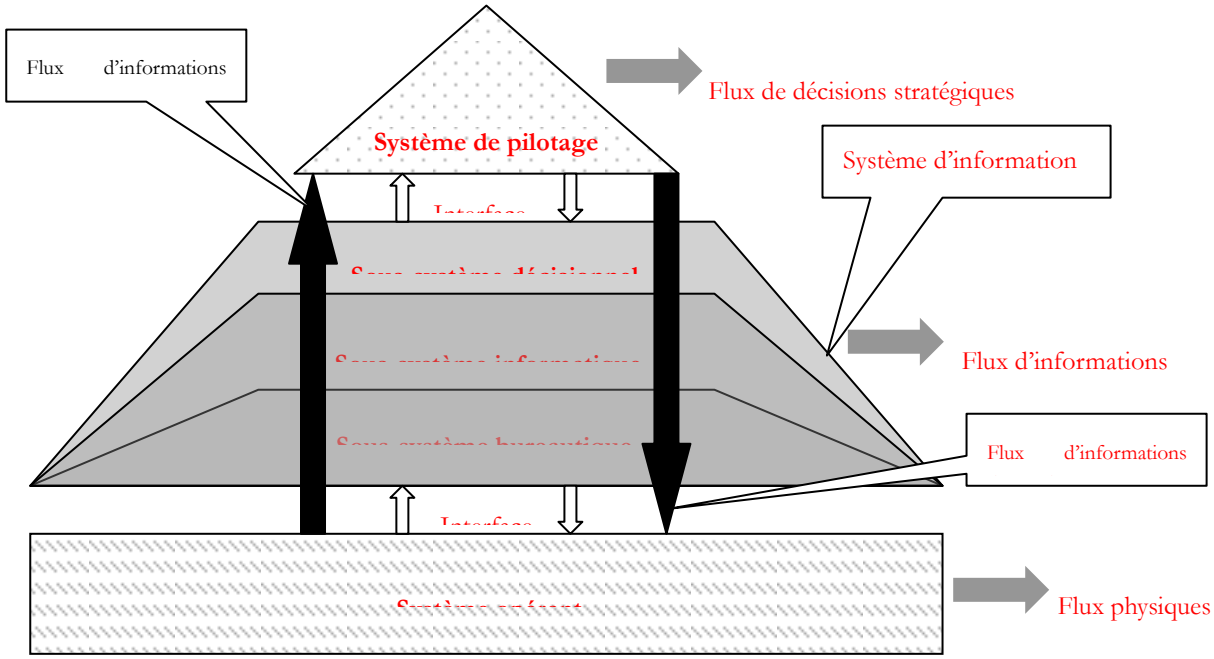
Le PDA ne fonctionne pas normalement lorsque vous suivez les instructions d'utilisation.

Art 28 : ***NETTOYAGE :***

Débranchez le PDA de la prise électrique avant de la nettoyer. N'utilisez pas de nettoyants liquides ou d'aérosols. Utilisez un linge humide pour le nettoyage, mais n'utilisez JAMAIS d'eau pour nettoyer l'écran LCD.

31. Chapitre d'ouvrage sur la Gestion des systèmes d'information

Cours complémentaire
L'assistant(e) de gestion au service du SI de l'entreprise
Pour accomplir ses missions, exercer et développer son métier, l'assistant(e) de gestion doit être capable de se situer avec précision dans le système d'information de l'entreprise.
I. Une vision systémique de l'entreprise



A. Le SI, lien entre le système de pilotage et le système opérant
Dans cette vision, le système d'information apparaît comme une couche intermédiaire entre le système de pilotage et le système physique :
– le système de pilotage assure les fonctions stratégiques de direction et de management de l'entreprise ;
– le système opérant fonctionne grâce à des ressources physiques (hommes, machines, bâtiments, marchandises, etc.). Il opérationnalise (c'est-à-dire traduit en actions) les décisions stratégiques.
B. Le SI, transporteur des flux de l'entreprise
On peut constater que la fonction principale du SI est de transmettre les informations relatives aux décisions du système de pilotage vers le système opérant (sens descendant). À l'inverse, des informations en provenance du système opérant remontent (sens ascendant) vers le système de pilotage, à des fins de contrôle. En définitive, la principale qualité du système d'information réside dans sa capacité à acheminer les flux d'information descendants et remontants dans les meilleures conditions possibles.
II. L'assistant(e) de gestion aux interfaces du SI
A. L'interface permet l'interaction entre les systèmes
Une interface est une zone, réelle ou virtuelle, qui sépare deux systèmes, mais qui leur permet néanmoins de communiquer. L'interface désigne ainsi ce que chaque système a besoin de connaître de l'autre pour fonctionner correctement. Par exemple, une interface homme/ machine est constituée de l'ensemble des commandes dont dispose un opérateur pour exploiter un logiciel de traitement de textes. Lorsque l'interface entre deux systèmes est établie, ces derniers se trouvent en situation d'interaction, en capacité d'échanger de l'information, et donc de collaborer à des tâches ou à des processus communs.
B. L'assistant(e) de gestion à l'interface du système de pilotage et du SI

La plupart des managers, par leurs fonctions et leurs attributions hiérarchiques, se trouvent fonctionnellement positionnés au niveau du système de pilotage. Dans ce cadre, ils confient souvent à leur assistant(e) des missions destinées à établir, maintenir ou optimiser l'interface avec les sous-systèmes constituant le SI (décisionnel, informatique ou bureautique). Ces missions recouvrent le domaine de ce qu'il est convenu d'appeler les activités de soutien de l'assistant(e).

C. L'assistant(e) de gestion à l'interface du SI et du système opérant

C'est plutôt dans le cadre des activités déléguées que l'assistant(e) développe son métier au niveau de cette seconde interface, en recherchant et en optimisant, par exemple, des complémentarités homme/machine. Ainsi, l'exploitation rationnelle du sous-système bureautique se révèle être un puissant facteur d'amplification de ces complémentarités.

III. L'assistant(e) de gestion comme force de proposition

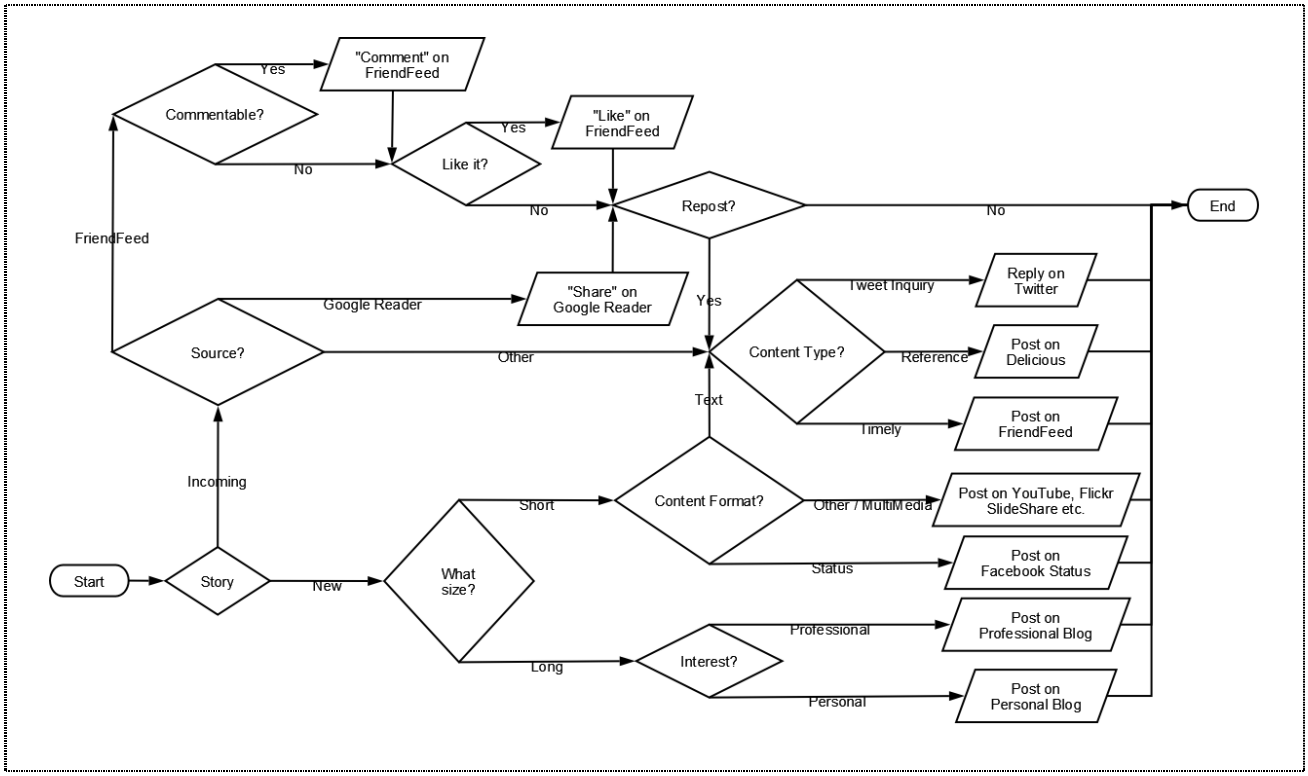
A. Assurer une veille organisationnelle

Le manager de PME ne dispose pas du temps matériel pour contrôler en permanence les modes opératoires de ses collaborateurs. Il est intéressé en priorité par l'avancement des dossiers, par les résultats obtenus et le respect des échéances. Il confie souvent à l'assistant(e) de gestion la mission de s'assurer que les procédures mises en œuvre dans le service sont adaptées aux objectifs poursuivis et que les ressources mobilisées sont en rapport avec les gains attendus.

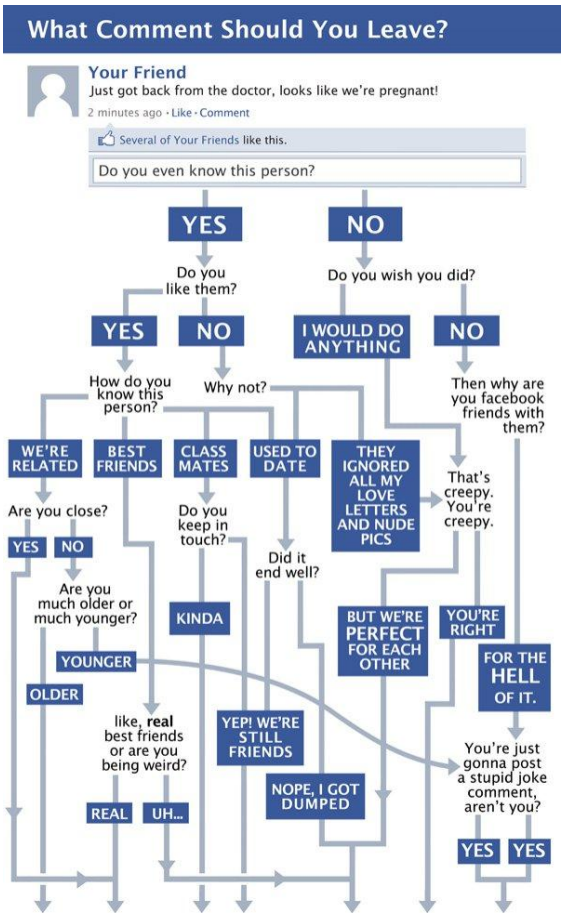
B. Les attentes du manager en matière d'amélioration des procédures

Lorsqu'une opportunité d'optimisation se présente, soit par une rationalisation ou une simplification des tâches, soit par un recours opportun aux outils bureautiques, il revient ainsi à l'assistant(e) de gestion d'apprécier les gains de productivité escomptés et de formuler des propositions d'amélioration au manager. Dans un second temps, l'assistant(e) peut être chargé(e) de leur mise en œuvre.

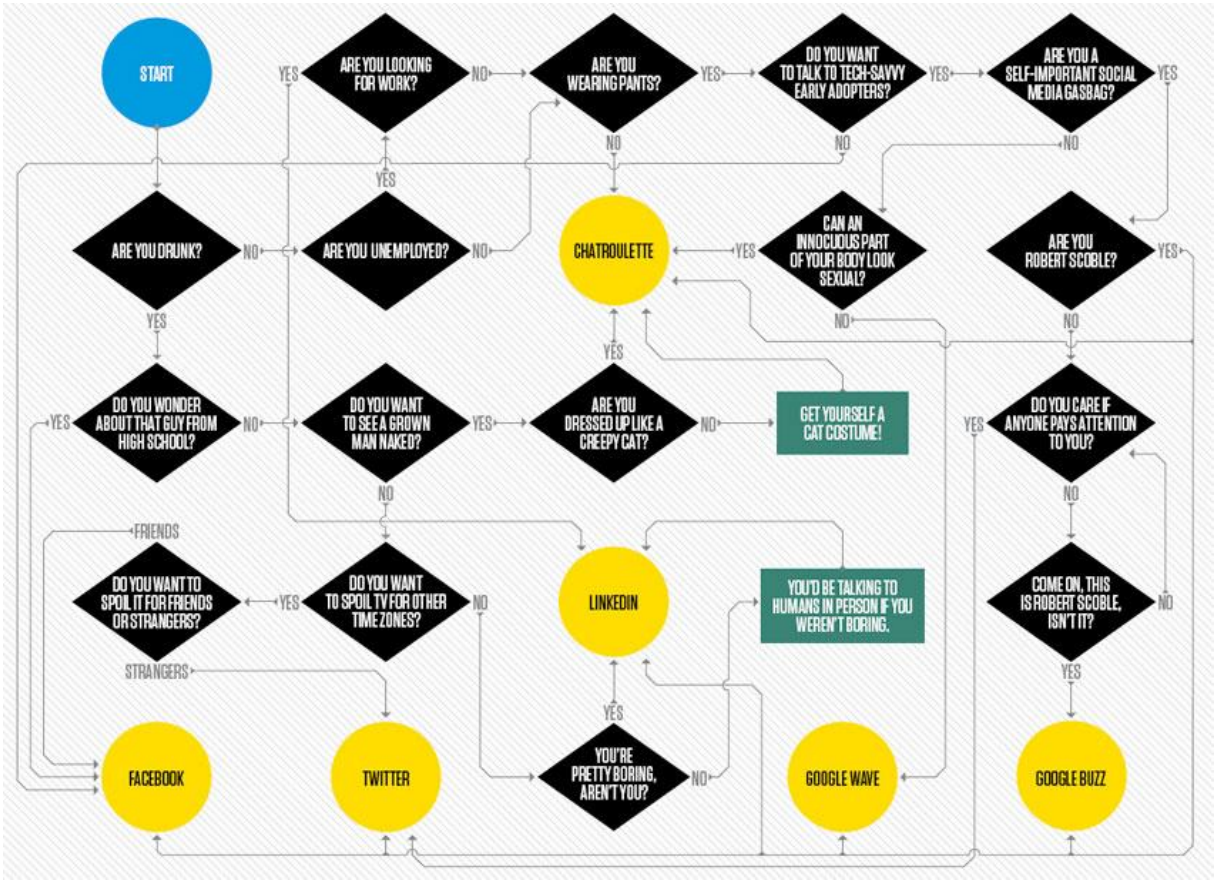
32. Les logigrammes de gestion relationnelle



Ill. n° 42 : <dipot.com/2009/01/how-i-post>

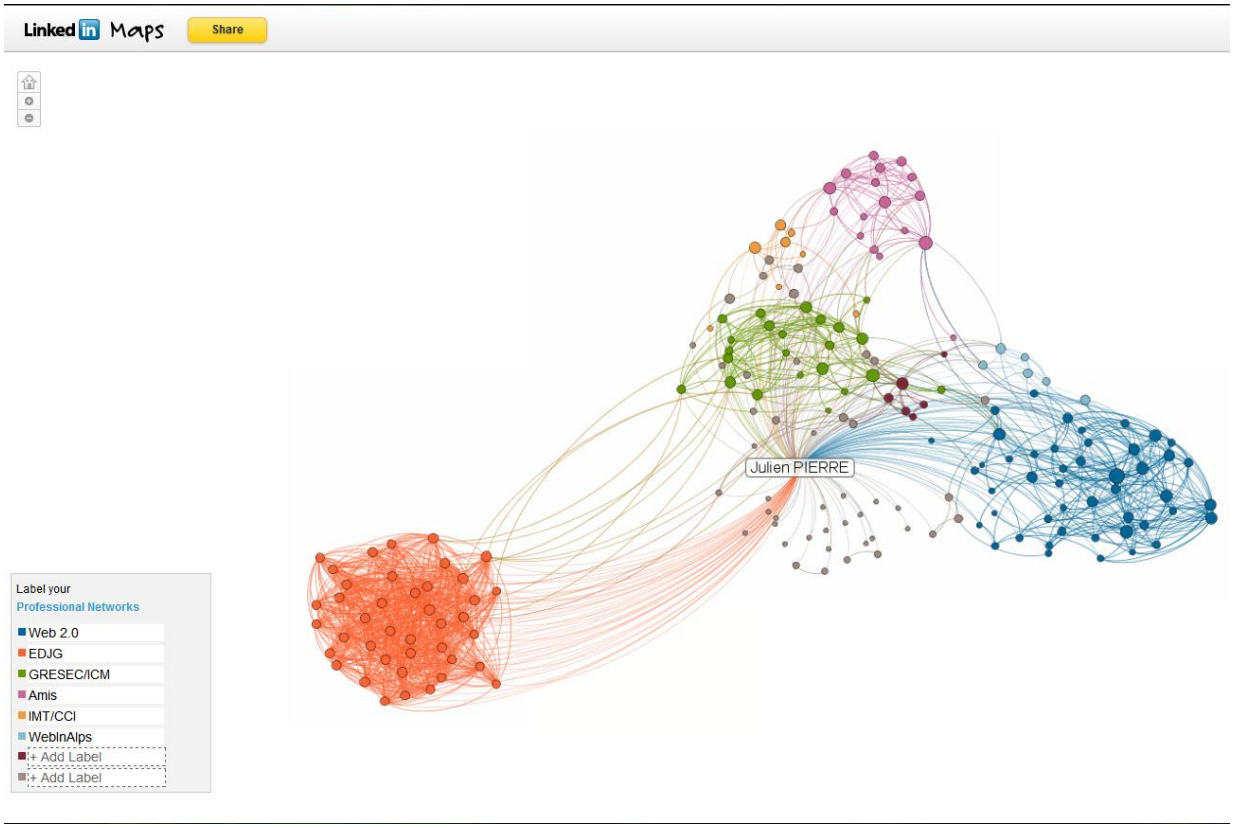


Ill. n° 43 : <www.collegehumor.com/article/6414340/facebook-comment-flowchart>

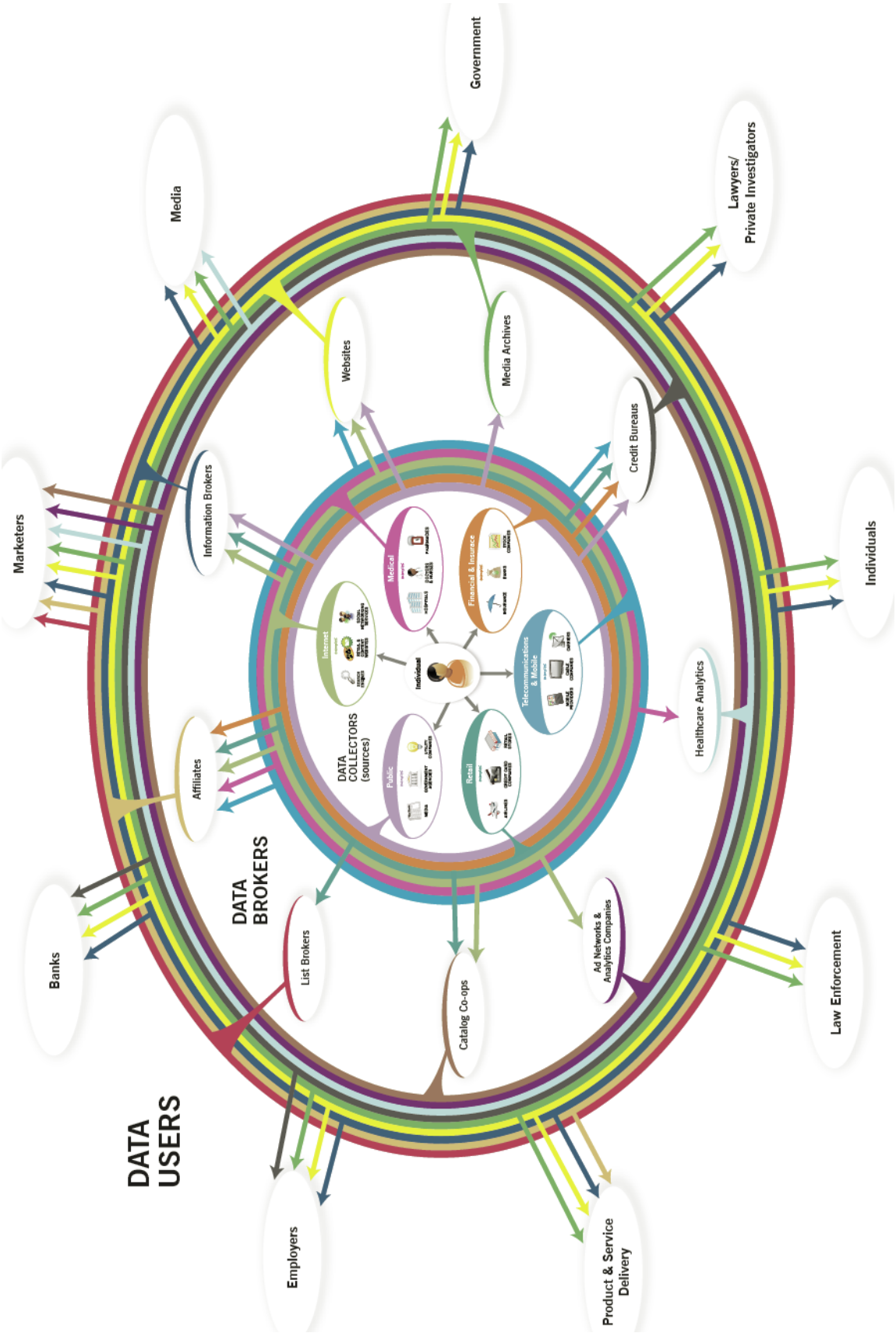


Ill. n° 44 : <www.wired.com/magazine/2010/04/st_flowchart_1805>

33. Image d'accueil de l'application InMaps de LinkedIn



34. The Personal Ecosystem



CORPUS

1. **Corpus A : apparence et accessoire 844**
2. **Corpus B : les études et l'entreprise 849**
3. **Corpus C : productions intimes, personnelles, familiales 881**
4. **Corpus D : les photos trash ou narcissiques 891**
5. **Corpus E : Bérénice, l'entreprise et Facebook 900**
6. **Corpus F : statuts publiés lors des émeutes de Villeneuve, mi-juillet 2010.. 905**

1. Corpus A : apparence et accessoire

code	date	Photo/texte
A001	05/11/2008	
	25/08/2009	
A002	24/09/2009	

A003	25/11/2009	
A004	16/12 2009	

A005	20/12/2009	
A006	27/01/2010	
A007	17/03/2010	

A008	27/05/2010	
A009	15/09 2010	

2. Corpus B : les études et l'entreprise

Code	Date	Photo
A000	15/09/2008	
B001	15/02/2009	

B002	18/02/2009	
B003	28/03/2009	

B004	10/05/2009	

B006	17/06/2009	
B007	18/06/2009	

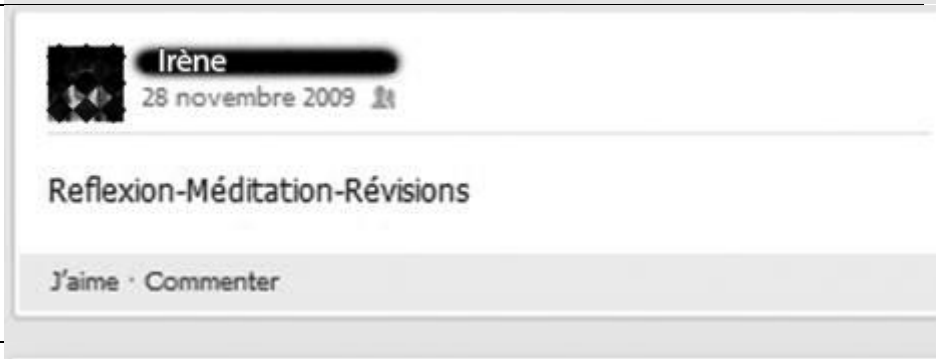
B008	22/06/2009	

B009	07/07/2009	
B010	30/08/2009	

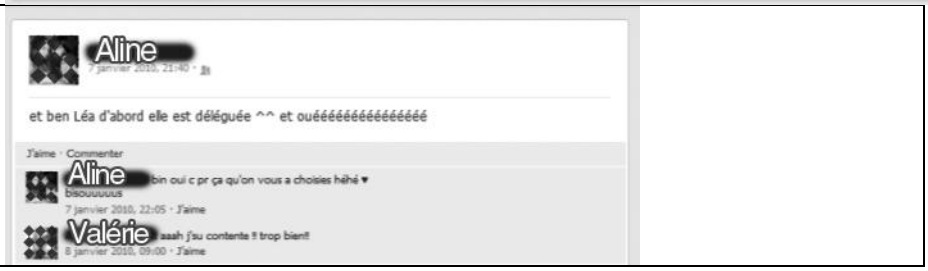
B011	31/08/2009	
B012	23/09/2009	

B013	11/11/2009	
B014	15/11/2009	

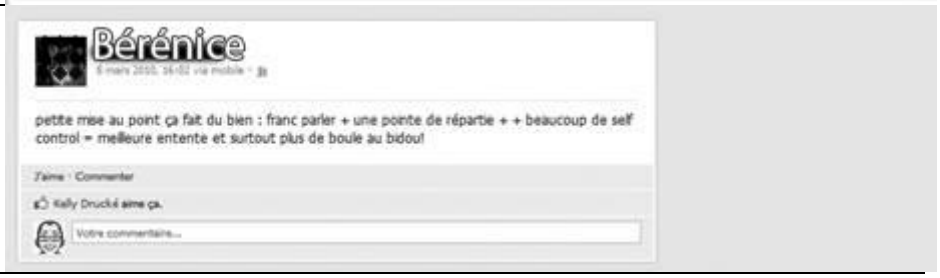
B015	16/11/2009	
B016	17/11/2009	
B017	21/11/2009	
B018	22/11/2009	

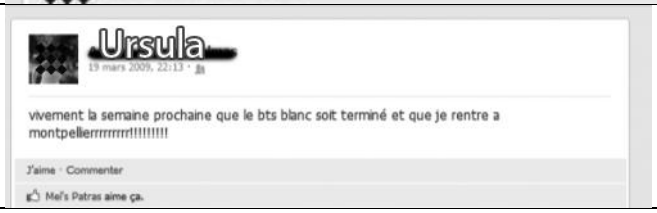
B019	23/11/2009	
B020	28/11/2009	
B021	07/12/2009	

B022	12/12/2009	
B023	15/12/2009	
B024	20/12/2009	

B025	24/12/2009	
B026	03/01/2010	
B027	05/01/2010	
B028	07/01/2010	

B029	12/01/2010	
B030	14/01/2010	
B031	19/01/2010	

B032	22/01/2010	
B033	02/02/2010	
B034	05/03/2010	

B035	07/03/2010	
B036	19/03/2009	
B037	23/03/2009	Carmen : « i croi ke sa amuse le prof de compta de metre des sujets come sa on né pa en master la on né en bts!! ENERVEE ET REMONTEE FO PA VENIR MFAIR CHIE », à 17:23 Patricia : « on le tuyer ! je peux le gazer aussi ! », à 22:20 X : « ON VA LES POIGNIADIERS C SADIQUES !!!!! », à 21:07 le 26 mars Y : « mdrrrrr gaze le avec tes fesse ca fera plus deffet un bon pet dans sa gueule mdrr bon courage les filles pour votre BTS bizousssssssssssssssssssss »
B038	24/03/2010	

B039	13/04/2010	
B040	30/04/2010	

B041	02/05/2010	
B042	08/05/2010	

B043	08/06/2010	
B044	14/06/2010	
B045	28/06/2010	

B046a	05/07/2010	

B046b		

Ursula
un BTS, une licence, une entreprise et un homme de ma vie!!! quoi de mieu!!
J'aime · Commenter
6 personnes aiment ça.
A tu as oublié de super connaissance faite en Croatie !!!
Ursula oui aussi!
A tu vois tu nous as déjà oublié, snif snif snif !! LOL
Ursula non pas vrai caf on a passé une trop bonne semaine! la petite conne marseillaise qui a voulu me piquer mon mec je ne l'ai pas oublié non plus! il m'en parle souvent en meme tps! lol il est tout fou!
A Mdr !! Oh le salaud !! il devrait avoir honte mais toi tu peux lui parler de Dani !! LOL
Ursula oui et de l'allemand aussi!! mais ils sont vieux alors ca le fait rire plus qu'autres choses!
A oui bon c'est sur mais quand meme !!
Ursula lol
B Félicitation!!! Contente pour toi :-) vacances maintenant alors?
Ursula ouiiii!!! merci!
B Félicitation, tu vois qu'il n'y avais pas de raison de t'en faire ! Profite a fond de tes vacances ! Gros bisous
Ursula merci mais gros bisous
C Ben ça va la vie...
Ursula ;)
D cool !!!

B047	05/07/2010	
B048	03/08/2010	

B049	02/09/2010	
B050	03/09/2010	

B051	16/09/2010	
B052	20/09/2010	

B053	12/10/2010	

B054	13/10/2010	

B055	15/10/2010	

B056	21/10/2010	
B057	22/10/2010	
B058	26/10/2010	

B059	04/11/2009	
B060	04/11/2010	
B061	07/11/2010	

B062	09/11/2010	

B063	15/11/2010		

B064	01/12/2010	
B065	15/05/2011	

B066	23/08/2011	
B067	27/01/2012	

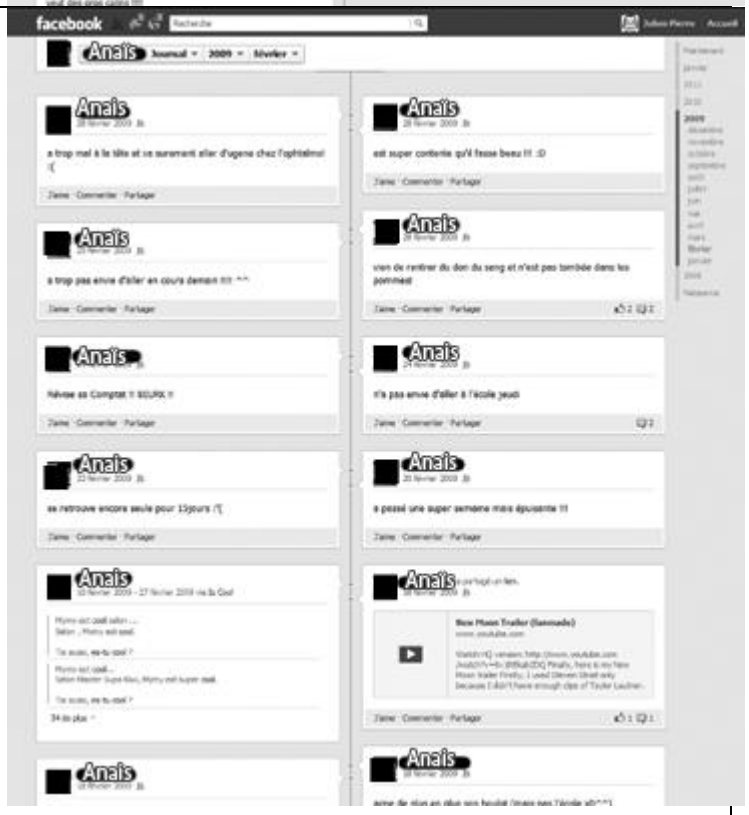
3. Corpus C : productions intimes, personnelles, familiales

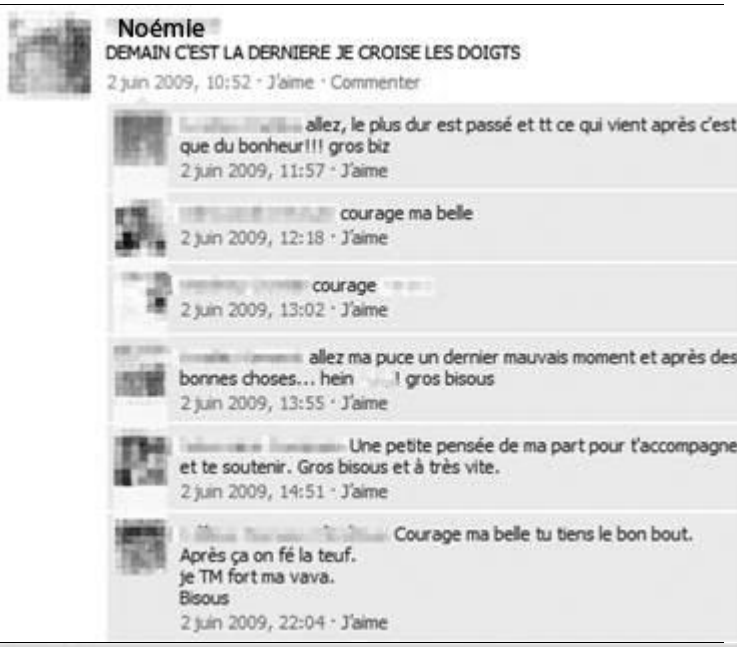
CODE	DATE	PHOTO
C001		
C002		

C003	08/10/2008	
C004	02/11/2008	

C005	19/11/2008	

C006	02/12/2008	
C007	2009	
C008	07/01/2009	

C009	14/01/2009	
C010	02/2009	
C011	29/05/2009	

C012	02/06/2009	
C012bis	22/07/2009 au 23/07/2009	

C013	12/04/2010	
C014	17/12/2009	

C015	06/05/2010	

C016	05/06/2010	
C017	03/02/2011	

C018	26/03/2011	
C019	29/03/2011	

4. Corpus D : les photos trash ou narcissiques

Code	Date	Photo
D001		

D002	25/05/2008	
D003	2009	

D004		
D005	2009	

D006	2009	
D007	2009	

D008	09/02/2009	

D009	17/04/2009	
D010	21/06/2010	

D011	22/06/2010	
D012	22/06/2010	

D013	09/08/2010	
D014	24/10/2010	

D015	16/12/2010	

5. Corpus E : Bérénice, l'entreprise et Facebook

CODE	DATE	
F001	29/09 2009 15:34	

F002	30/09 2009 09:43	
F003	30/09 2009 11:38	

F004	31/10 2009 20:26	
F005	02/11 2009 07:35	
F006	03/11 2009 13:31	

F007	05/11 2009 09:13		
F008	09/11/ 2009 19:42		
F009	23/11 2009 08:33		
F010	27/11 2009 08:33		

F011	12/01/2010		

6. Corpus F : statuts publiés lors des émeutes de Villeneuve, mi-juillet 2010

16/07/2010 08 :11	
17/07/2010 10 :42	
17/07/2010 23 :02	

18/07/2010 10 :46	
18/07/2010 02 :36	

20/07/2010 09 :30	
25/07/2010	

28/07/2010 23:51	
29/07/2010 07:55	