SOMMAIRE

ÉDITO	2
PROGRAMME	3
ACTEURS DE L'ÉCOLE	5
Comité d'organisation	6
Les intervenants	7
Les participants	11
RÉSUMÉS DES INTERVENTIONS	14

EDITO

Ces toutes dernières années, l'identité numérique s'est trouvée au coeur de nombreux projets de recherche et a donné lieu à une production éditoriale conséquente, relevant tout à la fois des sciences informatiques, des Web Sciences et des sciences humaines et sociales. Ainsi, elle constitue une thématique transversale qui appelle à la rencontre des chercheurs, des jeunes chercheurs et des praticiens experts du domaine.

Plusieurs initiatives ont déjà été conduites dans cette perspective de fédération et de collaboration. Par exemple, au sein du séminaire *Identités numériques* qui se tient depuis 2010 à l'Institut des Sciences de la Communication du CNRS, Alexandre Coutant et Thomas Stenger favorisent le dialogue entre des chercheurs venant d'horizons disciplinaires différents et, ainsi, permettent de rendre compte de la multiplicité des approches et des points de vue qui sont associés à la question de l'identité numérique.

Portée par le laboratoire Praxiling et soutenue par le CNRS ainsi que l'INSHS, l'école thématique pluridisciplinaire Identité numérique s'inscrit dans le prolongement de ces initiatives et vise à rassembler un ensemble de « forces vives», contribuer à la construction d'une communauté de chercheurs et d'experts et créer les conditions favorables à la mise en œuvre de travaux collaboratifs.

Nous espérons que cette semaine de discussions sera stimulante et riche de nouveaux projets à venir.

Julie DENOUËL et Stéphanie MAILLES-VIARD METZ Responsables scientifiques de l'école thématique

PROGRAMME

	LUNDI 1 ^{er} JUILLET Sète, Maison familiale du Lazaret
	L'identité à l'ère numérique
10H00 - 11H00	ACCUEIL
11H00 - 12H30	INTRODUCTION : J. DENOUËL et S. MAILLES-VIARD METZ
12H30 - 14H30	REPAS
14H30 - 16H30	AXE 1 : P. MOLINER
16H30 - 17H00	PAUSE
17H00 - 18H30	SESSION POSTER : Jeunes chercheurs
19H30	BARBECUE SOUS LES PINS

	MARDI 2 JUILLET Sète, Maison familiale du Lazaret
	Identité et technologies de soi
8H30 - 10H00	AXE 2 : J. JOUËT
10H00 - 10H30	PAUSE
10 H 30 - 12 H 30	AXE 2 : F. GEORGES et D. CARDON
12H30 - 14H30	REPAS
14h30 - 16H30	ATELIER A : Méthodologies - M. PASTINELLI
	ATELIER B : Innovations pédagogiques - C. BATIER
16H30 - 17H00	PAUSE
17H00 - 18H30	ATELIER C : Construction de projets
19H30	REPAS

M	ERCREDI 3 JUILLET Sète, Maison familiale du Lazaret
	Identité, (dé)construction de soi et reconnaissance
8H30 - 10H00	AXE 3 : O. VOIROL
10H00 - 10H30	PAUSE
10 H 30 - 12 H 30	AXE 3 : J. RUEFF et J. DENOUËL
12H30 - 14H30	REPAS
14H30 - 16H30	ATELIER A : Méthodologies - M. PASTINELLI
	ATELIER B : Innovations pédagogiques - C. BATIER
16H30 - 17H00	PAUSE
17H00 - 18H30	ATELIER C : Construction de projets
19H30	REPAS
20H 45	TABLE RONDE AXE 4 : Traces, mémoire et privacy M. LAURENT et E. MAYER

JEUDI	4 JUILLET Montpellier, centre d'art contemporain, La panacée
	Traces, mémoire et privacy
10H30 - 12H30	AXE 4 : L. MERZEAU
12H30 - 14H30	REPAS
14H30 - 16H30	AXE 4: J-G. GANASCIA et E. KESSOUS
16H30 - 17H00	PAUSE
17H00	ATELIER-WORKSHOP au sein de l'exposition «conversations électroniques»
19H30	DÎNER DANS LE JARDIN DE LA PANACÉE

V	ENDREDI 5 JUILLET Sète, Maison familiale du Lazaret
Iden	tité numérique et éducation à l'expression de soi en ligne
8H30 - 10H00	AXE 5 : O. Le DEUFF et A. COUTANT
10H0 - 10H30	PAUSE
10H30 - 12H30	AXE 5 : C. LOISY, E. VAYRE et S. MAILLES-VIARD METZ
12H30 - 14H30	REPAS
14H30 - 16H30	TABLE RONDE FINALE : J. HEUTTE, J-F. MARCHANDISE et J-M. BOURGOGNE, S. PROULX
16H30	DEPART



COMITÉ D'ORGANISATION



DENOUËL Julie

MCF en Sciences du Langage PRAXILING Université Montpellier 3 julie.denouel@univ-montp3.fr



MAILLES-VIARD METZ Stéphanie

MCF en Psychologie et Ergonomie Cognitives PRAXILING Universités Montpellier 2 et 3 stephanie.metz@univ-montp2.fr



DUTHOIT Eugénie

Doctorante en Sciences du Langage PRAXILING Université Montpellier 3 eugenie.duthoit@univ-montp3.fr



FABREGUETTES Yvonne

Etudiante en master Sciences du Langage Université Montpellier 3 yvonne.fabreguettes@etu.univ-montp3.fr



NATALE Elisabeth

Responsable administrative PRAXILING Université Montpellier 3 elisabeth.natale@univ-montp3.fr



VEYRIER Clair-Antoine

Docteur en Sciences du Langage, ATER PRAXILING Université Montpellier 3 clair-antoine.veyrier@univ-montp3.fr

LES INTERVENANTS



BATIER ChristopheDirecteur du service TICE

Université Lyon 1 christophe.batier@univ-lyon1.fr



BOURGOGNE Jean-Marie

Responsable de la Mission « Montpellier Territoire Numérique » Mairie de Montpellier jmbourgogne@gmail.com



CARDON Dominique

Chercheur en Sociologie des usages SENSE Orange Labs domi.cardon@orange.com



COUTANT Alexandre

MCF en SIC ELLIADD Université de Franche-Comté coutant.alexandre@gmail.com



GANASCIA Jean-Gabriel

P.U. en Informatique et Intelligence artificielle Université Paris 6 Jean-Gabriel.Ganascia@lip6.fr



GEORGES Fanny

MCF en SIC CIM Université Paris 3 fanny.georges@univ-paris3.fr



HEUTTE Jean
Chercheur en Sciences de l'Education
CIREL Université Lille 1
jean.heutte@lille.iufm.fr



JOUËT Josiane
P.U. en SIC
CARISM Université Paris 2
jjouet@club-internet.fr



KESSOUS Emmanuel
P.U. en Sociologie
GEMASS/GREDEC Université Sophia-Antipolis
emmanuel.kessous@yahoo.fr



LAURENT Maryline
P.U. en Informatique
SAMOVAR Telecom Sud Paris
maryline.laurent@telecom-sudparis.eu



LE DEUFF Olivier

MCF en SIC

Mica Université Bordeaux 3
oledeuff@gmail.com



LOISY Catherine
MCF en Psychologie
Institut Français de l'Éducation - ENS de Lyon
catherine.loisy@gmail.com



MARCHANDISE Jacques-François

Directeur de la recherche et de la prospective FING Paris jfmarchandise@fing.org



MAYER Emmanuel

Directeur du domaine de recherche «Services de confiance et de données» Orange Labs emmanuel.mayer@orange.com



MERZEAU Louise

MCF en SIC
TACTIC Université Paris 10
louise@merzeau.net



MOLINER Pascal

P.U. en Psychologie Sociale Epsylon Université Montpellier 3 pascal.moliner@univ-montp3.fr



PASTINELLI Madeleine

Professeur Agrégée en Sociologie Université de Laval au Québec madeleine.pastinelli@soc.ulaval.ca



PROULX Serge

Professeur en communication LabCo - UQAM serge.proulx@telecom-paristech.fr



RUEFF Julien
Chercheur en Communication
Université McGill
rueff.julien@gmail.com



VAYRE Emilie MCF en Psychologie du Travail PsyADIC Université Paris 10 emilie.vayre@u-paris10.fr



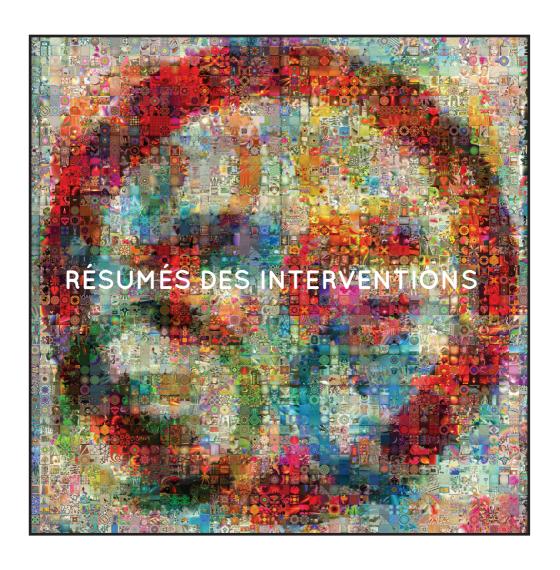
VOIROL Olivier
Chercheur en Sciences Sociales et Politiques
Université de Lausanne
Olivier.Voirol@unil.ch

LES PARTICIPANTS

ALCANTADA Christopho	SIC
ALCANTARA Christophe	IDETCOM Université Toulouse 1
	christophe.alcantara@ut-capitole.fr
=	
ANTIN Simona	Informatique
	Télécom Bretagne
	ricca_10@hotmail.com
BARATS Christine	SIC
	CEDITEC Université Paris 7
	christine.barats@parisdescartes.fr
BORZIC Boris	SIC
	ETIS UMR 8051 ENSEA
	borzic@gmail.com
BROS Frédérique	Sc. De l'Education
bhostrederique	CIREL Université Lille 1
	frederique.bros@univ-lille1.fr
BROUWERS Aurélie	SIC
DROUWERS Aurelle	GREMS Université de Louvain la Neuve
	aurelie.brouwers@uclouvain.be
CHAOUNI Naoil	Sociologie
	LERASS Toulouse
	naoil@hotmail.fr
CHAULET Johann	Sociologie
	LISST-CERS UMR 5193 CNRS
	johann.chaulet@univ-tlse2.fr
CROISSANT Valérie	SIC
	ELICO Université Lyon 2
	Valerie.Croissant@univ-lyon2.fr
DANIEL Thierry	SIC.
DANIEL TIMETTY	CRAPE Rennes 1
	daniel.thierry@univ-rennes1.fr
DARTIAN II CI (I	
DARTIAILH Stéphane	Anthropologie
	LIRCES Université Sophia Antipolis
	stephane.dartiailh@gmail.com
DATCHARY Caroline	Sociologie
	LISST Université Toulouse 2
	caroline.datchary@univ-tlse2.fr
DELEY Nathalie	SIC
	ELICO Université Lyon 2
	claire.chatelet@univ-montp3.fr
DOMENGET Jean-Claude	SIC
	ELLIAD Université de Franche-Comté
	jcdomenget@gmail.com
FABRE Renaud	Direction de l'information scientifique et technique
	CNRS
	renaud.fabre@cnrs-dir.fr
FIGEAC Julien	Sociologie
I IGLAC Jollell	LTCLUMR 5141 ENST-CNRS
	julien.figeac@gmail.com

FOUCAULT Béatrice	Ergonomie
FOOCAULI Bedirice	SIRP ORANGE LABS
	beatrice.foucault@orange.com
FRANCOU Renaud	FING
FRANCOU Rendud	rfrancou@fing.org
	rirancoo@inig.org
GAGLIO Gérald	Sociologie
	Tech-CICO Université Technologique de Troyes
	gerald.gaglio@utt.fr
GAMBA Fiorenza	Communication
	Université de Sassari Italie
	Fiorenza.gamba@gmail.com
GRASSIN Jean-Francois	SDL
	ICAR ENS Lyon
	jean-francois.grassin@univ-lyon2.fr
HAINEAUX Esther	SIC
	CRIDS Université de Namur
	esther.haineaux@unamur.be
IBNELKAÏD Samira	SDL
	ICAR ENS Lyon
	samiraibnelkaid@gmail.com
INGHILTERRA Xavier	SIC Elearning
	I3M Université de Toulon-Var
	xavier.inghilterra@gmail.com
KANELLOS loannis	Informatique
	Télécom Bretagne
	loannis.kanellos@telecom-bretagne.eu
KERGOET Sabine	Sc. De l'Education
	CREAD Université Rennes 2
	kergoet.sabine@gmail.com
KLEIN Annabelle	SIC
	CRIDS Université de Namur
	annabelle.klein@fundp.ac.be
KOTOLLOSHI Ervina	Etudes Théâtrales
	Arts & MédiasUniversité Paris 3
	ervinakotolloshi@gmail.com
KOUKOUTSAKI Angeliki	SIC
	CREM Université de Haute Alsace
	angeliki.monnier@uha.fr
LATZKO-TOTH Guillaume	Communication
	LAbCMO UQAM
	guillaume.latzko-toth@com.ulaval.ca
LE CAROFF Coralie	SIC
	CARISM Université Paris 2
	coralie.lecaroff@gmail.com
LEVENEUR Laurence	SIC
	IDETCOM Université Toulouse 1
	laurence.leveneur@iut-rodez.fr

11001101111	C. D. P. de anti-
LISON Christelle	Sc. De l'éducation
	Université de Sherbrooke
,	Christelle.Lison@Usherbrooke.ca
LOMPRÉ Nicole	Informatique
	SET UMR 5603 CNRS
	nicole.lompre@univ-pau.fr
LUXARDO Giancarlo	PRAXILING CNRS
	giancarlo.luxardo@gmail.com
MELIN Corinne	Arts et Design
	SPE Ecole Supérieure des Beaux Arts de Pau
	corimelin@gmail.com
NIVET Marie-Laure	Informatique
MIVET Marie-Laure	SPE Université de Corse
	nivet@univ-corse.fr
OLIVECT Associa	SIC
OLIVESI Aurélie	
	ELICO Université Lyon 2
	aurelie.olivesi@univ-lyon1.fr
PHILIPPETTE Thibault	SIC
	GREMS Université de Louvain la Neuve
	thibault.philippette@uclouvain.be
PIERRE Julien	SIC
	GRESEC Université de Grenoble
	julien@idnum.net
DODTILOAL Is as Mist I	Directeur du domaine de recherche «Personal Services»
PORTUGAL Jean-Michel	Directedi de dell'allie de l'echerene «i ersonal services»
POKIOGAL Jean-Michel	ORANGE LABS
PORTUGAL Jean-Michel	ORANGE LABS
POVEDA Arnaud	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC
	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2
POVEDA Arnaud	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com
	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC
POVEDA Arnaud	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2
POVEDA Arnaud SONET Virginie	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com
POVEDA Arnaud	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND
POVEDA Arnaud SONET Virginie	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com
POVEDA Arnaud SONET Virginie	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry VERDIER Matthieu	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS matthieu.verdier@orange.com
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS matthieu.verdier@orange.com Conseil et Formation en Stratégie Internet et médias sociaux
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry VERDIER Matthieu	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS matthieu.verdier@orange.com Conseil et Formation en Stratégie Internet et médias sociaux Société Digital et Sens
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry VERDIER Matthieu	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS matthieu.verdier@orange.com Conseil et Formation en Stratégie Internet et médias sociaux
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry VERDIER Matthieu	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS matthieu.verdier@orange.com Conseil et Formation en Stratégie Internet et médias sociaux Société Digital et Sens
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry VERDIER Matthieu VIE Marie-Laure	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS matthieu.verdier@orange.com Conseil et Formation en Stratégie Internet et médias sociaux Société Digital et Sens contact@digitaletsens.fr
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry VERDIER Matthieu VIE Marie-Laure	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS matthieu.verdier@orange.com Conseil et Formation en Stratégie Internet et médias sociaux Société Digital et Sens contact@digitaletsens.fr Informatique
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry VERDIER Matthieu VIE Marie-Laure	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS matthieu.verdier@orange.com Conseil et Formation en Stratégie Internet et médias sociaux Société Digital et Sens contact@digitaletsens.fr Informatique SPEUniversité de Corse
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry VERDIER Matthieu VIE Marie-Laure VITTORI Evelyne	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS matthieu.verdier@orange.com Conseil et Formation en Stratégie Internet et médias sociaux Société Digital et Sens contact@digitaletsens.fr Informatique SPEUniversité de Corse vittori@univ-corse.fr SIC
POVEDA Arnaud SONET Virginie TCHOUMOU JThierry VERDIER Matthieu VIE Marie-Laure VITTORI Evelyne	ORANGE LABS jeanmichel.portugal@orange.com SIC CARISM Université Paris 2 arnaud.poveda@gmail.com SIC CARISM Université Paris 2 virginie.sonet@gmail.com LAOVILAND laoviland@gmail.com Syst. Information Products&Services ORANGE LABS matthieu.verdier@orange.com Conseil et Formation en Stratégie Internet et médias sociaux Société Digital et Sens contact@digitaletsens.fr Informatique SPEUniversité de Corse vittori@univ-corse.fr



IDENTITÉ ET INTERACTIONS EN LIGNE

Pascal MOLINER - Professeur de Psychologie Sociale Epsylon Université Montpellier 3

En psychologie, la réflexion sur la notion d'Identité a été profondément marquée par les travaux précurseurs de W.James et G.H.Mead. Entre la seconde moitié du 19ième siècle et la première du 20ième, ces auteurs ont tracé les grandes lignes d'un cadre conceptuel qui oriente encore de nos jours la recherche. A partir de la notion de « soi », ce cadre envisage l'Identité sous l'angle d'une tension entre une composante psychologique et une composante sociologique. Il en résulte une distinction entre Identité Personnelle et Identité Sociale, pensées comme opposées, complémentaires et indissociables. En ce sens, l'Identité se conçoit comme un phénomène subjectif et dynamique résultant d'un double constat de similitude et de différence entre soi, autrui, nous et eux. Pendant toute la seconde moitié du 20 ième siècle, la psychologie sociale va s'attacher à identifier les processus et les constructions cognitives sur lesquels reposent le sentiment identitaire. Les travaux de Festinaer sur la comparaison sociale, ceux de Taifel sur la catégorisation ou ceux de Markus sur la cognition du soi feront des avancées décisives dans le domaine. Et l'on découvrira aussi que la problématique de l'Identité est étroitement imbriquée dans celle de la domination sociale. Ces recherches, très nombreuses, ont conduit à une connaissance relativement bien assise des processus identitaires, de leur déroulement et de leurs effets.

Mais à partir des années 90, l'apparition de l'Internet soulève de nouvelles interrogations. Puisque l'Identité se construit et s'exprime dans l'interaction sociale, quels peuvent être les effets d'un mode d'interaction grandissant qui autorise l'anonymat ou la falsification ? Le modèle S.I.D.E (Social Identity Deinviduation Effect) apporte des éléments de réponse à cette question. Selon ses promoteurs, les contextes de communication en ligne ont des répercussions cognitives et comportementales. Sur le plan cognitif, on assiste en effet à une hypertrophie du pôle sociologique de l'Identité. Dans ces situations, surtout lorsqu'elles sont anonymes, les interlocuteurs se perçoivent moins comme des individus que comme les membres de différents groupes. Sur le plan comportemental, on assiste à une adaptation des conduites de communication qui tente de tirer parti des ressources offertes par les systèmes. Assez paradoxalement, ces effets conjugués font des plate-formes de communication en ligne (chat, forum, jeux, etc...) des lieux sur-régulés par le social. Contrairement à ce que l'on croyait lors de leur apparition, les situations de communication en ligne ne sont pas moins sociales que les communications « IRL » (In Real Life), elles auraient plutôt tendance à l'être davantage.

Les travaux expérimentaux qui se sont intéressés aux interactions inter-individuelles et aux interaction de groupe en ligne soulèvent une autre question. Les régulations sociales que l'on voit à l'œuvre dans les situations de communication en ligne divergent-elles par nature ou par intensité de celles que l'on observe IRL ? Des travaux récents menés à Montpellier (Guégan, 2012), apportent des éléments de réponse à cette nouvelle question.

IDENTITÉ(S) NUMÉRIQUE(S) ET ÉVOLUTIONS SOCIÉTALES

Josiane JOUËT - P.U. en SIC CARISM Université Paris 2

Phénomène social, l'identité plutôt les identités numériques, s'inscrivent OU dans les transformations technologiques et sociétales à l'œuvre depuis une trentaine d'années. Ce phénomène sera abordé à partir de trois entrées : la généalogie, la dimension performative et le sens social des identités numériques. La déconstruction de l'identité numérique exige d'en retracer sa généalogie depuis les « Bulletin Boards » des premières interconnexions d'Internet et les messageries roses du Minitel. On examinera le contexte politique, social et économique qui a présidé à ces premières formes de présence en ligne, comme la façon dont ces dernières ont été alors abordées par la recherche (courants théoriques, approches méthodologiques). Si les formes initiales de l'affichage de soi en ligne s'opéraient sur le mode du masque et de la transgression, aujourd'hui, avec la banalisation des réseaux sociaux, l'identité numérique n'est plus en soi subversive. Figures emblématiques de l'individualisme contemporain, les identités numériques s'inscrivent désormais dans le paradigme néolibéral et managérial qui a pénétré l'ensemble des structures productives et s'impose comme idéologie dominante.

Les identités numériques se prêtent à des formes d'engagement en ligne qui contribuent à une performativité de l'action sociale. Leur construction se fonde sur le paradoxe d'un formatage par la rationalité des dispositifs sociotechniques et d'une appropriation subjective de leurs propriétés. Plurielles, les identités numériques témoignent d'un potentiel libératoire. Elles contribuent au resserrement des liens forts et de solidarité (familiaux et amicaux) dans une société fragilisée par les fractures sociales et la précarité. Elles sont également une ressource pour s'engager dans la recherche de nouvelles opportunités dans le monde du travail, dans le partage de goûts et de biens culturels à distance. Elles sont le ferment d'une auto-publicisation qui bouleverse de nombreux secteurs de la production. A maints égards, les identités numériques sont une fabrique du social. Elles représentent désormais un mode ordinaire d'être au monde. Or, l'injonction à la visibilité, au marketing de soi, à la gestion de ses profils et de ses cercles amicaux, relationnels et professionnels en ligne, est productrice de normes, de conventions sociales et de rapports sociaux qui reproduisent ou opèrent de nouveaux classements sociaux.

Les identités numériques soulèvent donc un questionnement sur leur sens social. Peut-on y voir une colonisation de l'individualité par les impératifs du modèle médiatico-publicitaire? Peut-on y déceler une nouvelle forme d'aliénation sociale consentie et volontaire ou a contrario la revanche de l'individu-acteur enfin affranchi des pesanteurs sociales? De fait, elles sont une forme éminemment collective d'inscription dans les évolutions macro-sociales. Les nombreux travaux qu'elles suscitent ne sauraient se contenter de l'observation et de l'analyse des différents registres de visibilité et d'engagement autour des identités en ligne. « Le donné à voir » ne s'éclaire qu'à la lumière des trajectoires sociales et des expériences de vie des individus qui sont elles-mêmes enchâssées dans les structures sociales globales. Il convient donc de s'interroger sur le sens social des identités numériques : leur sens pour l'individu à l'aune de ses pratiques dans différents mondes sociaux, et leur sens politique qui questionne notre modèle de société.

L'IDENTITÉ NUMÉRIOUE POST-MORTEM:

approche sémiopragmatique du système de signes qui manifeste l'utilisateur après son décès

Fanny GEORGES - MCF en SIC

CIM Université Paris 3

Avec le développement des médias sociaux numériques, le web est devenu un cadre de présentation des individus, décuplant les enjeux de son usage à l'aulne des problématiques de l'identité numérique, de la gestion et de la propriété de l'image et des données personnelles, aux problématiques éthiques soulevées par son exploitation abusive à visée commerciale ou de surveillance. Le thème de l'identité numérique innerve désormais toutes les problématiques liées à la communication numérique. Avec le vieillissement des populations utilisatrices du web, et la disparition des personnes créatrices des pages de profil, est mis à jour un phénomène second, envers inaliénable du premier, celui de l'identité post mortem.

Dans les années 1990, les cyber-cimetières sont construits dans un univers graphique inspiré des cimetières traditionnels (de Vries & Rutherdorf, 2004). Certains sont spécialisés, dédiés aux animaux domestiques, aux morts du SIDA (Blando & al., 2004), aux célébrités (Hall & Reid, 2009) ou encore aux victimes de guerre (Walter & al., 2012). Une quinzaine d'années plus tard, avec le web social, les environnements graphiques cèdent le pas aux environnements textuels, blogs ou espaces participatifs. Ces secondes formes de mémoriaux pour utilisateurs ordinaires, génèrent des problématiques sociales inédites. Restant en ligne après le décès, les profils continuent d'être actifs, par l'enclenchement d'un processus technique automatisé notifiant leurs « amis » de les recontacter (recommander de nouveaux amis, fêter leur anniversaire, jouer à un jeu etc.), ravivant la douleur des proches et empêchant le processus de deuil. Pour remédier à ces malversations, Facebook a mis en place en 2008 une procédure pour déclarer une personne défunte sur preuve du décès: le proche a le choix, de créer une page mémoriale, en remplacement du profil d'origine, ou de supprimer le compte. Quelle que soit la forme prise par le mémorial lorsque le profil n'est pas supprimé, l'identité du défunt continue de se construire (Brubaker & Vertesi, 2010).

La rémanence des données numériques au-delà de l'existence des utilisateurs dont elles manifestent l'usage, invite à réinterroger les travaux sur l'identité numérique, en les confrontant à l'ultime limite de la disparition de son producteur initial. Dans cette contribution, nous proposons d'interroger ce phénomène en présentant une analyse en cours du système de signes qui manifeste l'utilisateur après son décès, à travers une analyse des mémoriaux de Facebook. Comment évolue le modèle de l'identité numérique (Georges, 2009, 2011) du sujet ? Quelles catégories de signes alimentent la représentation numérique de l'identité du défunt ? En quoi cette identité change le regard porté sur le sujet ?

MARDI 2 JUILLET - 11H30 Identité et technologies de soi

LES MÉTRIQUES D'AFFINITÉ ET LA CONSTRUCTION DE L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Dominique CARDON Laboratoire SENSE (Orange Labs)

Cette présentation s'inscrit dans le cadre d'une réflexion d'ensemble sur les propriétés organisationnelles, et notamment algorithmiques, de l'espace public numérique. Les métriques du web contribuent à organiser la visibilité des informations et des individus sur la toile, et pour le faire elles mettent en œuvre différents principes de classement en compétition les uns avec les autres. Chaque famille de système de classement du web produit aussi des formes d'énonciation différentes qui contribuent à orienter dans un sens ou dans un autre les contenus publiés sur le web. Dans cette communication, on opposera les métriques d'autorité (le PageRank de Google) et les métriques d'affinités (nombre de like, de retweet, etc.) du web social. Le web que nous connaissons ne serait pas le même s'il n'avait pas été profondément nourri, domestiqué et organisé par l'algorithme du moteur de recherche de Google. Cependant, la domination du PageRank sur l'ordre du web apparaît aujourd'hui de plus en plus fragile. S'appuyant sur une conception de la qualité des documents, inspirée par les métriques d'autorité issues de la communauté scientifique, il se voit concurrencé par la multiplication des classements affinitaires personnalisés, comme le « Fil d'actualité » (newsfeed) de Facebook ou la « Chronologie » (timeline) de Twitter, lesquels deviennent, pour certains internautes, la principale porte d'entrée vers les informations. Le web documentaire et le web des réseaux sociaux sont en effet en train de définir deux écosystèmes différents. La diversification des usages, et notamment le tournant conversationnel des réseaux sociaux, a guidé les internautes vers d'autres modes de navigation, de signalement et d'exposition aux informations qui n'empruntent pas le chemin des moteurs de recherche, mais celui des réseaux d'affinités qu'à construits l'internaute pour personnaliser les informations qui viennent vers lui.

Dans cette communication, on approchera la construction de l'identité sur le web social au regard des métriques d'affinité qui permettent de la calculer et de la mettre en visibilité. Alors que dans le web des documents, la force illocutoire du lien est déposée dans l'autorité de la page du texte citeur, dans le web des personnes, c'est l'autorité sociale de l'énonciateur qui appuie son énonciation. L'origine de la force conférée au lien se déplace du sujet de l'énonciation vers la personne de l'énonciateur. Elle ne s'ancre pas dans l'attribution abstraite d'un nom d'auteur, mais dans le nom propre de l'énonciateur. Sa réputation ne dépend pas de ses énoncés, mais de sa personnalité dans le réseau. Aussi la personnalité numérique des individus, cette manière de maquiller leur identité réelle sans jamais faire écart avec elle, est-elle au cœur des nouvelles techniques de mise en scène de soi aui assurent le succès des réseaux sociaux. De fait, la distanciation ne s'opère plus dans l'énonciation à travers le détachement de la figure de l'auteur, mais elle se joue au sein même de l'identité des énonciateurs. En mettant en scène sa personne, en l'habillant de phrases de statut, en exposant sa vie quotidienne, ses photos, son capital relationnel, la popularité de ses « like » et de ses commentaires, l'énonciateur ajoute toutes sortes de signaux à la sculpture de sa personnalité. Apparaît ainsi un troisième lieu de l'énonciation qui ne serait ni la Personne ni l'Auteur, mais la figure inédite d'une sorte de Personne-Auteur dont la vie serait contaminée par la réputation des récits qu'il en donne sur les réseaux sociaux. Le modèle d'acteur que promeut aujourd'hui l'Internet des réseaux sociaux est un énonciateur qui est à la fois le personnage et le récitant de sa propre vie.

ATELIER DE MÉTHODE D'ANALYSE DES IDENTITÉS NUMÉRIQUES :

principes et pratiques de l'ethnographie maussienne

Madeleine PASTINELLI - Prof. Agrégée en sociologie Université de Laval au Québec

Dans le champ des travaux portant sur les identités et les pratiques du numérique, les démarches relevant de l'ethnographie connaissent un succès impressionnant. Or, derrière cette même dénomination, on trouve en pratique une multiplicité d'approches et de façons de faire, les ressorts de l'ethnographie variant assez largement avec le cadre disciplinaire des chercheurs de même qu'avec les phénomènes qui les intéressent. En fin de compte, il apparaît de prime abord que ce que ces démarches ont en commun tient surtout à ce qui leur fait défaut : une question de recherche et un cadre conceptuel ou d'analyse permettant de baliser a priori l'objet d'étude. La démarche ne manque d'ailleurs pas de susciter les critiques. Le recours à l'ethnographie est ainsi couramment suspecté d'être un subterfuge visant à légitimer la paresse de celui ou celle qui n'aurait pas pris le temps de développer une problématique et de se doter d'un cadre théorique digne de ce nom et qui, pire encore, se montrerait incapable de s'astreindre aux exigences et contraintes d'une démarche systématique permettant de produire des analyses rigoureuses, se contentant au final d'une méthode aussi impressionniste que faillible.

Si ces critiques sont parfois tout à fait justifiées, il n'en demeure pas moins possible et souhaitable de défendre le recours à l'ethnographie, à condition cependant d'expliciter plus avant ce en quoi consiste la démarche mise en œuvre et ce que sont les a priori qui la fonde et l'oriente. Dans la perspective de l'ethnologie maussienne, l'ethnographie ne consiste pas simplement à observer et à décrire, mais bien à produire une description qui puisse répondre à la triple question : Qui sont ces gens , que font-ils et qu'en disent-ils ? Derrière la simplicité apparente de la formule, celle-ci suppose de reconnaître qu'une distance est toujours susceptible de séparer les logiques d'action des discours qui visent à rendre compte de l'action, à la restituer ou à la justifier, l'identité des acteurs, la place qu'ils occupent dans le jeu social apparaissant par ailleurs comme susceptible d'éclairer tout autant les logiques de l'action, celles des discours sur l'action que l'écart constaté entre les deux. Parce que les communautés en ligne constituent des espaces sociaux dans lesquels on se raconte tout autant qu'on donne à voir un jour après l'autre -- et souvent dans la durée-- des fragments de son quotidien, de ses expériences et de ses logiques d'action, l'étude de celles-ci se prête particulièrement bien à l'ethnographie de type maussienne. En prenant appui sur des enquêtes de terrain que j'ai menées et que je poursuis actuellement dans des communautés en ligne, cet atelier sera l'occasion d'expliciter ce que sont les principes et fondements de l'ethnographie que je mets en œuvre dans mes travaux, de présenter les procédés que j'utilise pour effectuer l'analyse et de discuter des enjeux de la position adoptée par le chercheur vis-à-vis du terrain et inversement. Les participants seront en outre invités à expérimenter la méthode d'analyse qui leur sera présentée et à contribuer aux échanges sur la base de leurs propres expériences d'enquête. ATELIER B: Innovations pédagogiques

INNOVATION PÉDAGOGIQUE ET IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Christophe BATIER - Directeur du service TICE Université Lyon 1

Dans cet atelier, on essaira d'apporter des réponses qui seront axées autour de trois dimensions.

1-Institutionnelle:

L'identité numérique d'un établissement, d'une institution est-elle la somme des identités des personnes qui travaillent en son sein ? Quels sont les outils et les métriques existant aujourd'hui pour qualifier et mesurer l'impact de l'identité numérique de nos universités ?

2-Pédagogique:

Avec les nouveaux outils de communication, on peut changer la dimension des échanges entre apprenant, le rapport au savoir et les volumes d'information accessibles.

- Dansunesalle de classe en présentiel, les personnesse connaissent, échangent par la parole.
- établissement. connait les rôles Dans un on de chacun (proviseur. chef de labo. élève étudiants. doyen,
- Aujourd'hui, on voit apparaître de nouvelle forme d'enseignement comme par exemple les Mooc. Et dans ces nouvelles formes de diffusion des savoirs, quels sont les outils pour qualifier les rôles, les personnes ? Quels sont les processus d'échange ?
- Quel rôle peut avoir l'identité numérique dans un contexte pédagogique ?

3-Personnelle:

Dans ce domaine, de nouveaux outils spécifiques aux Enseignants / Chercheurs ont récemment fait leur apparition comme ResearchGate, Academia. En quoi ces outils pourraient-ils modifier les échanges entre chercheurs ?

LE SOI DIGITAL: RECONNAISSANCE ET ALIÉNATION

Olivier VOIROL - Chercheur en Sciences Sociales et Politiques Université de Lausanne

Ma présentation se fera en trois temps. Dans un premier temps, j'esquisserai les grands traits de la théorie de la reconnaissance formulée par le philosophe et sociologue allemand Axel Honneth. Il s'agira de situer les principales articulations de cette théorie ainsi que ses principaux concepts afin de faire ressortir son analyse du social comme étant intriqué dans des processus conflictuels de construction du soi, sur le plan interpersonnel et institutionnel, attachés aux processus de la reconnaissance.

Dans un second temps, j'interrogerai les conditions à partir desquelles cette théorie peut s'appliquer aux pratiques liées aux technologies de la communication. Face au rôle accru de ces technologies dans les rapports sociaux, en particulier face à l'extension du numérique et en particulier de l'internet, il convient de penser le lien entre usages technologiques et configuration du social, en particulier sous l'angle des modalités de la construction du soi.

Cependant, penser le rôle de la technologie suppose d'opérer des déplacements importants dans la théorie de la reconnaissance, notamment dans la conception de la constitution de soi en lien avec les usages des interfaces numériques. Pour ce faire, je proposerai le concept d'« intersubjectivation technique » afin de comprendre comment les usages technologiques s'articulent aux dynamiques de la reconnaissance. L'intersubjectivation technique implique différents rapports des usagers par le biais de leurs interactions à l'aide d'interfaces numériques : un rapport à eux-mêmes, un rapport aux autres sujets, et un rapport à la collectivité fictive du « monde » des autres usagers médiatisés par ces interfaces. Cette conception différenciée de l'intersubjectivation permet de dégager les modalités de formation d'un « soi digital » en interaction avec des dispositifs technologiques.

Dans un troisième temps, à partir de l'examen de ces modalités de l'intersubjectivation, il est possible de dégager les traits du processus qui, à l'inverse, rend impossible ou déforme toute intersubjectivation. En dépit de ses ambigüités, le concept d'aliénation semble être le plus adéquat pour rendre compte de ce processus. En reprenant en négatif la différenciation des modes d'intersubjectivation, le phénomène de l'aliénation se dégage dans ses différentes conjugaisons relatives aux rapports des sujets à eux-mêmes, aux autres et au collectif médiatisés par l'interface digitale. Sur cette base peut s'opérer l'examen des manières dont les multiples architectures interactionnelles numériques participent – ou non – à produire les conditions d'une intersubjectivation manquée ou, au contraire, à rendre possible une reconnaissance encourageant une individuation non aliénée.

LES PHÉNOMÈNES DE RÉIFICATION ET D'AUTO-RÉIFICATION DANS UN COLLECTIF EN LIGNE DE JOUEURS

Julien RUEFF - Postdoctorant en communication Université McGill

Dans mes précédentes recherches, je me suis intéressé aux formes de reconnaissance et de mépris se manifestant dans Warhammer Online, un jeu de rôle en ligne massivement multijoueurs, et à leur participation à la construction de l'identité des individus dans leur rôle de joueur. En mobilisant la théorie de la reconnaissance d'Axel Honneth, j'ai cherché à mettre en lumière les différentes formes de (dé)valorisation sociale à l'œuvre dans un collectif en ligne de joueurs expérimentés, en prêtant notamment attention, pour chacune d'entre elles, à leurs objets, leurs cercles de dispensateurs et leurs expressions concrètes.

À partir de 2005, Axel Honneth a complexifié le modèle de La lutte pour la reconnaissance en posant l'existence d'une reconnaissance antérieure à l'amour dans les relations familiales, au respect dans les rapports juridiques et à l'estime sociale dans un collectif. Cette reconnaissance élémentaire consisterait à appréhender positivement nos émotions personnelles et à témoigner notre ouverture aux émotions des autres. Il s'agirait donc de la reconnaissance des dimensions émotionnelle de notre propre vie psychique ou des états mentaux d'autrui. Or, l'oubli de cette reconnaissance élémentaire pourrait être identifié, selon le directeur de l'Institut de Recherche Sociale, à de la réification.

Cette intervention entend alors, en recourant au concept honnethien de «réification», explorer la question suivante : peut-on parler de phénomènes de réification dans les jeux de rôle en ligne massivement multijoueurs ? J'essayerai de montrer que le désir de compétitivité peut créer, dans un collectif en ligne de joueurs, des conditions favorables à l'émergence de rapports intersubjectifs de réification, d'une part, et d'auto-réification dans les modalités de présentation de soi des membres, d'autre part.

Après avoir exposé succinctement les fondements théoriques et méthodologiques de notre recherche, j'analyserai les manifestations de sympathie – d'intérêt pour autrui – dans les relations sociales des membres d'une «guilde» – un collectif en ligne – engagée dans Warhammer Online. Ce faisant, je tâcherai de cerner comment ces joueurs caractérisaient cette sympathie, tout en essayant d'identifier les facteurs ayant encouragé l'apparition de cette «modalité bienveillante de l'empathie». En procédant ainsi, je pourrai faire ressortir, de manière contrastée, les différences entre des relations de sympathie et des rapports de réification dans le contexte d'un jeu de rôle en ligne massivement multijoueurs.

Je rendrai ensuite compte du développement progressif de rapports de réification et d'auto-réification dans ce collectif en ligne. Nous verrons qu'ils ont accompagné un mouvement de rationalisation aussi puissant qu'unilatéral, ayant trait au recrutement de nouveaux membres, au recours à des outils de gestion, mais également aux stratégies de progression du collectif en ligne. Cette rationalisation, motivée par une recherche expansive d'efficacité, a modifié sensiblement la nature des relations sociales entre les joueurs et le sens que ces derniers attribuaient à leur propre expérience ludique.

EXPRESSIONS CITOYENNES AUTONOMES SUR LE WEB

Engagement hypersonnel, culture civique et quête de reconnaissance

Julie DENOUËL - MCF en Sciences du Langage

PRAXILING Université Montpellier 3

Nous souhaitons aborder ici une forme de production participative d'information qui a pour particularité de s'ordonner autour d'expressions citoyennes autonomes. Celles-ci ont pour première caractéristique d'être le fait d'individus revendiquant leur position de citoyen, leur éloignement de la sphère journalistique traditionnelle, et l'actualisation de points de vue personnels au sein d'espaces numériques qui leur sont propres (notamment au travers de blogs et de réseaux socionumériques). Elles ont pour autre caractéristique de reposer sur la production de contenus informationnels jugés d'intérêt commun, tout en dévoilant des principes singuliers de vision du monde social qui s'écartent à tout le moins de ceux exposés à travers (et par) les médias de masse. Dans ce cadre, l'objectif de leurs auteurs est moins de participer à l'élaboration d'actualités, que de contribuer - dans le temps long - à la transmission et au partage de connaissances et de savoirs construits depuis des points de vue singuliers, spécifiques et experts (mais d'une expertise différente de celle représentée dans les médias plus centraux), pouvant constituer des ressources dans l'exercice citoyen. Ce faisant, ces expressions citoyennes tendent à se nourrir d'une culture civique (Dahlgren, 2003) et à s'actualiser selon des modes de structuration textuelle, argumentative et énonciative qui tendent à s'écarter de ceux cadrant généralement la prise de parole publique (Cardon, 2010). En effet, si le fait de rendre manifestes des contenus informationnels jugés d'intérêt commun caractérise l'ensemble des pratiques que nous catégorisons en tant qu'expressions citoyennes autonomes, les espaces qui portent ces productions ne sont pas pour autant des arènes répondant aux canons des théories normatives de la légitimité délibérative ; l'économie des pratiques sur laquelle reposent ces espaces rompt même, à bien des égards, avec les critères normatifs de l'espace public et de l'agir communicationnel habermassiens. On observe par ailleurs que les pratiques de public(is)ation qui sont au fondement de ces expressions citoyennes autonomes visent à créer, en leur entour, des foyers d'attention autorisant une visibilité spécifique des contenus singuliers qui sont produits, des publics qui leur sont attachés, mais aussi des individus qui en sont les auteurs.

Par conséquent, l'objectif de cette communication sera d'examiner les différentes pratiques (techniques, discursives, interactionnelles et sociales) qui sont au fondement de ces expressions citoyennes autonomes. Il s'agira alors pour nous de montrer que si la culture civique structure ces pratiques, le souci de soi et la quête de reconnaissance participent également de cette modalité spécifique de production participative d'information. En ce sens, nous verrons que les expressions citoyennes autonomes reposent sur une forme d'engagement hypersonnel, très éloignée des modalités affiliées ou affranchies décrites par Jacques Ion (2012). Nous verrons à cet effet qu'elles fonctionnent comme autant d'accomplissements situés de singularités identitaires, autorisant différentes pratiques de soi (certaines relevant d'une intensification des rapports de soi à soi-même, d'autres s'inscrivant davantage dans des rapports interactionnels et intersubjectifs de reconnaissance). Dans cette optique, nous essaierons de montrer que la conjugaison de la théorie du sujet de Michel Foucault et de la théorie de la reconnaissance d'Axel Honneth peut s'avérer pertinente, en tant qu'elle permet de déceler les différentes formes de valorisation du rapport à soi dont les expressions citoyennes peuvent être les vecteurs.

DES DONNÉES AUTONOMES DANS LA GESTION DE LEUR CYCLE DE VIE

Maryline LAURENT - P.U. en informatique SAMOVAR Telecom Sud Paris

Cette intervention présentera la problématique de la gestion des identités et des données personnelles d'un point de vue technique, en se référant aux environnements de clouds et d'Internet des Objets. Elle mettra en exergue les vulnérabilités de ces environnements et présentera les pistes suivies aujourd'hui pour répondre au besoin de protection des données à caractère personnel, ces données pouvant prendre la forme de photos de vacances, radiographies, identifiants portés par les objets qui nous entourent... Ensuite sera discuté le point de vue qu'il faut changer radicalement la vision que la donnée est périphérique au système d'informations et inerte et, au contraire, lui donner une place centrale, en lui conférant une autonomie dans la gestion de son cycle de vie. Enfin, l'intervention clôturera sur une courte description des objectifs de la chaire de l'Institut Mines-Télécom « Valeurs et Politiques des Données Personnelles » inaugurée en avril 2013.

CRYPTOGRAPHIE AVANCÉE POUR LA GESTION DES DONNÉES PERSONNELLES

Emmanuel MAYER - Dir. du domaine de recherche « Services de confiance et de données » Orange Labs

La cryptographie est une discipline apportant un codage particulier aux données, de manière à assurer plusieurs propriétés intrinsèques, telles que la protection des données ellesmêmes vis-à-vis d'observateurs illégitimes, telles que la protection des données face à des déformations visant à dénaturer le sens des données, ou bien encore telles que la garantie de l'origine des données. Ces différentes propriétés sont des propriétés historiques de la cryptographie que nous pourrions résumer en trois mots : confidentialité, intégrité et authenticité. Cependant, même si la cryptographie moderne puise encore ses sources dans ses propriétés originelles, elle offre aujourd'hui de nouvelles perspectives de mécanismes dont les usages les plus intéressants se retrouvent dans la gestion des données personnelles.

La gestion des données personnelles est un domaine crucial au sein duquel nous pouvons observer des ambitions antagonistes, comme la valorisation des données et le respect de la vie privée. D'un côté nous souhaitons accéder à la plus grande richesse de données pour affiner au mieux nos modèles de connaissance, de l'autre côté nous souhaitons préserver au mieux nos attributs personnels en visant une gestion stricte d'un besoin d'en connaître. Face à ces contraintes, de nature économique, sociologique, juridique..., le monde de la recherche tend à trouver un équilibre juste, et la cryptographie moderne y contribue de manière substantielle.

Comment pouvons-nous faire valoir notre citoyenneté sans toutefois dévoiler l'ensemble de notre état civil ? Comment les gestionnaires des données, type « cloud », peuvent-ils apparaître comme des intermédiaires de confiance, alors qu'ils centralisent des masses de données ? Comment pouvons-nous indexer une base données chiffrées sans prendre le risque de révéler la donnée en clair ? Toutes ses questions ne sont pas vaines, et la cryptographie apporte aujourd'hui des éléments de réponse avec des mécanismes comme les accréditations anonymes, le stockage en aveugle, les fonctions homomorphiques ou l'anonymisation.

Mon exposé portera sur ses briques cryptographiques offrant de nouvelles fonctionnalités et sur leur mise en œuvre pour la gestion des données personnelles.

IDENTITÉ, MÉMOIRE, DOCUMENT : REDOCUMENTARISER NOS TRACES

Louise MERZEAU - MCF en SIC TACTIC Université Paris 10

À l'heure où l'identité se définit comme collection de traces, l'organisation de la mémoire doit être repensée à partir des processus de captation, d'agrégation et de recyclage.

Dépossédé de ses données par les firmes qui prennent en charge leur stockage et leur exploitation, l'individu n'a d'autre recours que de reporter son activité mémorielle sur un travail d'activation des traces, dans une logique de partage et de production.

Passant du registre du souvenir et de la conservation à celui de l'expérience partagée, la mémoire est plus que jamais dépendante de pratiques de redistribution et de documentarisation, par où le collectif investit et reconstruit l'individu.

À la privatisation des ressources dans une perspective marchande, seule peut en effet répondre une mise en circulation et une restructuration des mémoires comme biens communs.

Exposées, discutées, indexées, ces mémoires s'écrivent non dans des espaces de stabilisation et de thésaurisation, mais à même l'environnement transmédiatique, dans un mouvement et un étoilement applicatifs. En même temps que de nouveaux contours identitaires, elles inventent ainsi de nouveaux savoir-faire, qui intéressent l'économie de la connaissance.

LES CRITIQUES À LA MARCHANDISATION DE L'IDENTITÉ

Ou pourquoi la privacy est-elle si difficilement soluble dans le marché?

Emmanuel KESSOUS - P.U. en Sociologie

GREDEG - GEMASS Université Sophia Antipolis

La notion d'identité numérique est de plus en plus souvent connectée à l'idée que l'exposition de soi dans les réseaux, quelle que soit sa forme, constitue une compétence à acquérir, une manière d'agir et de se faire reconnaître dans le monde contemporain (que celui-ci soit qualifié de société de la connaissance, de capitalisme cognitif, ou d'économie de l'attention). En ce sens, l'exposition de soi peut être partie prenante d'un bien commun. Cette acception de l'exposition de soi se heurte à la protection historique de la privacy telle qu'elle est formalisée depuis la fin du 18e siècle dans les droits français et anglo-saxons.

Pour mettre à jour les enjeux de cette opposition, désormais classique, cette communication se propose de rappeler dans un premier temps les différentes atteintes à la notion de privacy. Celles-ci s'expriment sous forme de dilemme entre exigences contradictoires que nous désignerons comme un problème particulier. Le problème de la privacy désigne tout d'abord un conflit de droits entre la protection du secret intime et la liberté d'expression des individus (notamment au travers la célèbre formule des juristes américains Warren et Brandeis « the right to be let alone »). On désigne ensuite derrière le problème de la privacy le conflit entre le droit à la préservation de l'intimité des personnes et l'objectif sécuritaire des États. Enfin la défense de la privacy prend celle d'un combat contre la prédation marchande des données personnelles que cellesci soient publiées ou captées dans le but de personnaliser la relation. Ces trois dilemmes portent en eux des contradictions entre différentes orientations vers le bien commun.

Si ces trois dilemmes ne peuvent être confondus, leurs liens mettent en évidence la difficulté de formaliser des mécanismes de régulation valant pour les différentes définitions du bien commun. Ainsi le problème de la mémoire que pointe la notion de « droit à l'oubli » met en scène une contradiction entre la liberté d'expression et une accumulation de données servant à la surveillance latérale ou institutionnelle. De la même manière, l'évocation d'un risque lié à l'exposition de soi oppose une modalité de la reconnaissance dans les univers du web (la visibilité de l'économie de l'attention) à la production de données nécessaires à la surveillance policière ou institutionnelle. Le dilemme qui oppose la privacy et la prédation marchande des traces est d'une nature un peu différente. En effet, la collecte marchande des données personnelles, en contrepartie de l'usage d'un service gratuit, pose le problème de l'utilisation algorithmique des données recueillies et de l'enfermement des individus dans une catégorisation (par exemple, un score sociodémographique) leur ôtant une part de leur liberté individuelle.

La suite de la communication se consacrera à ce dernier problème. Nous montrerons au travers de différents exemples, comment la construction d'un marché des données personnelles est confrontée à un ensemble de critiques qui, sans prendre la forme de controverses publiques fortement médiatisées, n'en constituent pas moins des obstacles à la construction sociale des marchés numériques. Malgré ces freins et les reconfigurations qu'implique leur dépassement, le marché des données personnelles se développe inexorablement. Ce que vise à montrer cette communication, c'est que la marchandisation de l'identité numérique contient mais ne peut éliminer totalement la critique à son encontre. En effet, en se déplaçant de la marchandise vers les données permettant la personnalisation de la relation marchande, l'activité marchande ne se contente plus d'opposer une orientation vers le bien commun à une autre. Elle porte directement atteinte à un élément constitutif de la commune humanité.

LE NOMBRE DE L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Jean-Gabriel GANASCIA - P.U. en Informatique et Intelligence artificielle LIP6 Université Paris 6

Les lunettes Google enregistrent automatiquement le champ visuel et auditif de leur propriétaire. Les premiers prototypes arrivent depuis peu ; plusieurs milliers de geeks acceptent d'ores et déjà de payer 1500\$ pour les tester. Une fois qu'elles seront stockées, ces impressions sensibles enrichiront considérablement les archives numériques de nos vies. Ces dernières participent à la construction de nos identités, individuelles et collectives, au même titre que les écrits, les peintures, les photographies, les films, etc. contribuaient dans le passé à établir les identités des individus et des sociétés. Et, sans aucun doute, d'autres traces numériques, comme celles que nous laissons subsister par devers nous lors de nos pérégrinations sur le web, participeront aussi à cette construction des identités dans le futur. Steve Mann, le père des lunettes Google, a introduit les concepts de sousveillance et d'équiveillance pour caractériser l'état social auquel les nouveaux dispositifs de captation et de diffusion d'information donnent accès. Il en résulte une nouvelle donne : les institutions traditionnelles, en particulier l'Etat, ne sauraient attribuer à elles seules les identités individuelles, a fortiori les identités collectives. En effet, celles-ci se constituent à partir de matériaux épars que l'on hésite, pour des raisons techniques et éthiques, à rassembler systématiquement. Tant que cette pluralité des sources subsiste, l'identité numérique des individus n'est pas unique, ni dans le temps, ni dans l'espace, puisque chacun ne dispose pas des mêmes informations et que celles-ci évoluent.

A cela s'ajoute, pour chacun, la volonté de maîtriser les multiples images qu'il donne de soi à ses différents interlocuteurs. Beaucoup aimeraient se présenter de façon différente à ses amis, à sa famille, à ses supérieurs, à son milieu professionnel, à son médecin privé, au médecin de sa compagnie d'assurance, etc. Dans le monde ancien, cette possibilité restait plus ou moins à la discrétion des individus. En va t-il toujours ainsi avec les mondes numériques ? Une centralisation totale de l'information l'interdirait. Cela conduirait à un monde de total transparence auquel bien peu aspirent. Symétriquement, une absence totale de coordination des identités conduirait à l'anarchie et à toutes sortes de malversations. Tout cela conduit à poser la question du nombre, au sens grammatical, de l'identité numérique. Le singulier définit l'identité, au sens de ce qui est un et de ce qui subsiste, dans un même individu. Cette unicité de l'identité individuelle apparaît même comme la condition de la liberté morale, à savoir de l'obéissance à sa propre volonté. Reconduite dans l'univers numérique, cette singularité formelle de l'identité individuelle ouvrirait sur une exhibition totale et permanente de tout le passé de chacun, puisque tout devrait être rassemblé. Qui plus est, elle conduirait à confondre l'ensemble des rôles sociaux : celui de parent, d'enfant, d'employé, de malade, de citoyen, de croyant, etc. Beaucoup revendiquent donc le pluriel de l'identité à l'heure du numérique. Mais, à son tour, un total pluriel, c'est-à-dire une simple multiplicité d'identités qui coexisteraient, sans lien entre elles, conduirait au pire : le même individu pourrait changer du tout au tout, entre sa vie dans la rue et sa vie en famille, entre le soir et le matin, etc. Bref, il nous faut de toute urgence inventer un nouveau nombre, entre le singulier et le pluriel, pour l'identité numérique. C'est ce que nous tenterons de faire en ayant recours aux concepts de transparence, de surveillance et de sousveillance.

LA FORMATION À L'ATTENTION DE SOI

Olivier LE DEUFF - MCF en SIC MICA Université Bordeaux 3

Les logiques d'impulsion qui président sur les réseaux sociaux dont le like est une des dernières préfigurations constituent des dégradations progressives de l'esprit documentaire initial du web. L'enjeu des écritures de soi est de reposer la question de l'attention hors des enjeux économiques pour la replacer au niveau éducatif. Il s'agit donc de dépasser les seules visions pragmatiques et court-termistes autour de l'identité numérique, voire d'aller au-delà des positions de mises en garde ou au contraire sans distance critique.

La formation à l'information doit désormais être envisagée de manière globale en incluant sa dimension communicationnelle. De fait, la gestion de l'identité numérique fait pleinement partie de cette formation pour l'acquisition d'une culture de l'information. Il reste cependant à définir son cadre de formation, les savoirs à transmettre et les méthodes pour y parvenir. Elle implique des connaissances et des capacités qui dépassent le seul bon usage et le suivi de bonnes pratiques sur son profil Facebook. La gestion de l'identité numérique doit être envisagée de manière ambitieuse en intégrant les objectifs de la culture de l'information mais aussi en s'appuyant sur une culture technique qui est également une culture informatique en tant que capacité à comprendre les codes et langages informatiques. Cependant, elle implique aussi une démarche éthique en matière de veille notamment dans sa relation à l'autre. En cela, il s'agit de penser la formation dans une dimension citoyenne et pas seulement en matière de compétences. Des éléments qui font que cette formation doit se penser de manière large afin que sa transmission puisse s'effectuer aussi de manière optimale sur le marché du travail.

Sans doute aussi, l'entrée par les réseaux sociaux est insuffisante et témoigne d'une place trop ténue dans les cursus pour envisager une formation plus ambitieuse qui dépasse le seul cadre d'un bon usage et des bonnes pratiques. En effet, les discours émanant de l'institution insistent fréquemment sur des mises en garde vis-à-vis des dérives constatés sur les réseaux de type facebook ou il y a encore quelques années sur le niveau médiocre en général des blogs de la plateforme skyrock. Il est vrai que les messages portés par les médias généralistes sont essentiellement alarmistes, alertant sur un tas de dérives réelles ou fantasmées qui font de l'identité numérique essentiellement un objet d'inquiétudes notamment pour les parents. Dès lors, la mission éducative ressemble parfois à une réponse à une injonction médiatique et parentale davantage liée à une inquiétude forte voire à une angoisse qui ne permet quère d'envisager sereinement une formation à cette question si ce n'est en restant sur le registre de la simple mise en garde. Evidemment, ce prisme angoissé renvoie très nettement à la faible culture numérique des usagers et des citoyens dans son ensemble. Cette faiblesse n'est d'ailleurs pas nouvelle et s'avère en fait lié au faible développement d'une culture technique très largement déficitaire, notamment du fait que la question technique demeure très largement considérée comme subalterne ou non noble. Dès lors, la question de la formation à l'identité numérique doit faire face à un ensemble d'obstacles que nous proposons de questionner plus précisément dans le cadre de cette intervention.

VENDREDI 5 JUILLET - 9H20

Axe 5 : Identité numérique et éducation à l'expression de soi en ligne

"VOTRE PROF DE FRANCAIS VEUT ÊTRE AMI AVEC VOUS":

comment l'institution scolaire peut-elle aborder les médias sociaux ?

Alexandre COUTANT - MCF en SIC

ELLIADD Université de France-Comté

Les médias sociaux ont considérablement développé le nombre de facettes visibles des indiv dus dans les espaces numériques. L'engouement des jeunes pour plusieurs de ces plateformes soulève au moins deux questions pour l'éducateur : l'opportunité d'intégrer ces espaces dans son activité pédagogique et la manière d'éduquer à la gestion de sa présence numérique.

L'intervention consistera à cartographier l'ensemble des plateformes regroupées au sein des médias sociaux selon les grandes catégories d'usages en ligne identifiés chez les jeunes. Cette répartition permettra de définir quatre grands espaces où envisager une intervention pédagogique, entre éducation par les médias et éducation aux médias. Une analyse des démarches initiées par des pédagogues sur les médias sociaux permettra in fine d'illustrer des manières de prendre en charge ces interventions.

VENDREDI 5 JUILLET - 10H30

Axe 5 : Identité numérique et éducation à l'expression de soi en ligne

CONSTRUIRE DES INSTRUMENTS POUR S'EXPRIMER EN LIGNE ET POUR S'ORIENTER

Catherine LOISY - MCF en Psychologie Institut Français de l'Éducation ENS de Lyon

Le projet INO (Identité numérique et orientation) relie deux questions vives au niveau éducatif. Dans le cadre d'une approche processuelle, il s'agit de faire construire progressivement à l'apprenant un instrument qui lui permettra de s'orienter et de piloter son identité numérique. Un portfolio numérique médiatise le rapport de l'apprenant à son cursus et à son projet, mais aussi à son développement identitaire; la construction de cet instrument engage la réflexivité et la collaboration entre pairs. Dans le cadre du projet INO, nous nous intéressons spécifiquement au développement des compétences des praticiens. Pour faciliter leur appropriation des questions posées et la construction des situations didactiques adéquates, l'hypothèse qu'un homomorphisme entre les outils mis en place pour eux et ceux dont l'utilisation est attendue avec les élèves peut favoriser l'activité constructive des praticiens est posée. Le portfolio qui médiatise le rapport des enseignants à la construction de ces nouvelles compétences, mais aussi à leur développement identitaire professionnel est un blog collaboratif. Nous mettrons en parallèle les portfolios d'un élève et le blog d'un enseignant pour étudier comment ces médiatisations favorisent le développement professionnel de l'enseignant et influence la construction de compétences relatives à l'identité numérique et l'orientation chez cet élève.

VENDREDI 5 JUILLET - 11H10

Axe 5: Identité numérique et éducation à l'expression de soi en ligne

IMPORTANCE DE L'ALTÉRITÉ ET DE LA DYNAMIQUE CAPACITAIRE

Dans les dispositifs de formation à distance et en ligne

Emilie VAYRE - MCF en Psychologie du Travail

PsyADIC Université Paris 10

La dynamique capacitaire comme les relations à autrui participent à la construction identitaire des sujets et influencent leur action. Si ces processus d'ordre sociocognitif et socio-affectif sont reconnus comme orientant les usages d'Internet (en général) et les conduites de formation (en présentiel) des étudiants, leur rôle demeure moins étudié dans les situations de formation à distance et en ligne. Une revue de la littérature scientifique ainsi que les résultats issus de recherches empiriques relatifs au sentiment d'efficacité personnelle (vis-à-vis des TIC et vis-à-vis de la formation) ainsi qu'au sentiment d'appartenance à une communauté seront présentés afin d'illustrer les processus psychologiques de niveaux intra-individuel et intra-groupal en jeu dans l'appropriation de ces nouveaux espaces de formation et, plus largement, en jeu au cours de la socialisation professionnelle.

PROPOSITION DE CADRES PÉDAGOGIQUES POUR LE DÉVELOPPEMENT D'ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE ET DE CONSTRUCTION DE PROJETS À TRAVERS DES USAGES RÉFLÉCHIS DES TECHNOLOGIES

Stéphanie MAILLES-VIARD METZ - MCF en Psychologie et Ergonomie Cognitives PRAXILING Universités Montpellier 2 et Montpellier 3

Le projet de l'étudiant est le produit d'une réflexion approfondie, un compromis établi entre les possibilités qu'offre l'environnement et une certaine connaissance de soi-même. De nos jours, l'environnement n'est plus seulement physique et chacun vit dans ce monde hybride, physique et virtuel, dans lequel il doit développer des compétences pour le maîtriser. Ainsi, les règles de conduite évoluent, de nouvelles se créent et, si elles sont connues, elles peuvent aider à une meilleure sociabilisation et donc améliorer les chances d'une intégration professionnelle réussie. Par ailleurs, l'environnement évolue et l'existant d'aujourd'hui ne sera plus celui de demain. L'étudiant doit, en plus d'une connaissance de son environnement actuel, élaborer des méthodes d'analyses qu'il pourra réutiliser et mettre à profit lorsqu'il en sentira le besoin, tout au long de sa vie. Il est donc essentiel de l'accompagner dans une réflexion sur ses conduites et ses usages des outils disponibles sur Internet. Actuellement, on constate que de nombreux outils ne sont pas utilisés pour les activités pour lesquelles ils ont été concus : Facebook qui, au départ est développé pour étendre son réseau de relations privées est généralisé au professionnel et sert aussi de gestionnaire de contenus, pour des enseignements par exemple. En détournant les fonctions premières de l'outil, l'utilisateur se retrouve dans des situations désagréables et se voit dépassé par les conséquences de ses actions. L'étude que je souhaite présenter pointe sur ces dérives et vise à travailler avec chaque étudiant pour qu'avant d'utiliser un outil, il réfléchisse à l'usage qu'il souhaite en faire et aux objectifs qu'il souhaite atteindre. Dans cette optique, la question de l'identité numérique est centrale. Elle relève d'une genèse instrumentale de la part de l'étudiant. Les processus d'instrumentation et d'instrumentalisation sont mis en œuvre dans des contextes de vie privée et il est difficile de les transformer pour qu'ils s'inscrivent dans des activités d'apprentissage ou d'orientation. Cette transformation peut être générée grâce à une action pédagogique : parler des usages tout en utilisant les mêmes technologies. Pour cela, je propose un scénario pédagogique en trois étapes : analyse de l'existant, témoignage et production collective. Chaque étape soulève des éléments théoriques et pratiques du concept d'identité numérique et permet aux étudiants d'utiliser les outils autrement. Une centaine d'étudiants en première année d'IUT Informatique a pu assister à cet enseignement. L'effet du cadre pédagogique sur de nouvelles pratiques et représentations du concept est analysé à travers la passation de questionnaires auprès des étudiants. Les résultats de cette expérimentation seront présentés à l'occasion de l'école thématique.

EVOLUTION DU PANORAMA DES DISPOSITIFS PERMETTANT AUX ÉTUDIANTS DE CULTIVER LEUR IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Jean HEUTTE - Chercheur en Sciences de l'Education CIREL Université Lille 1

Après évocation de l'évolution des dispositifs destinés à conforter les compétences nécessaires pour protéger et projeter son identité numérique, comme par exemple le passage d'une logique de stock à celles de flux autour du ePortfolio, ou encore de l'apprentissage en réseau autour du massive open online course (MOOC pour cours massivement ouvert en ligne), il s'agira d'interroger les pistes de recherche induites par plusieurs facettes du concept de persistance, notamment :

- conscience de la persistance des traces constituant l'identité numérique
- persistance des individus à cultiver leur identité numérique
- persistance des individus dans les dispositifs destinées à les former à la maîtrise de leur identité numérique.

In fine nous attirerons l'attention sur les tensions induites par le souhait de concevoir un environnement optimal d'apprentissage perçu comme étant structurant par les apprenants, tout en soutenant leurs besoins d'auto-détermination, de compétence et d'affiliation.

VENDREDI 5 JUILLET - 15H10 Table ronde finale

POLITIQUES NUMÉRIQUES, IDENTITÉ ET CAPACITÉS

Jean-Marie BOURGOGNE - Resp. de la Mission « Montpellier Territoire Numérique » Mairie de Montpellier

Jacques-François MARCHANDISE - Dir. de la recherche et de la prospective FING Paris

L'articulation entre l'individuel et le collectif fait l'objet de riches débats qui n'ont pas attendu le développement des dispositifs numériques. Ceux-ci font levier pour une expérience toujours plus personnalisée, voire individualiste, de la société, comme pour la réinvention de formes collectives, de dynamiques citoyennes, de modes contributifs.

Jean-Marie Bourgogne partagera l'expérience de la ville de Montpellier qui enrichit depuis plusieurs années sa démarche numérique : espace public, participation des habitants, open data, développement de services, propositions artistiques. Il pourra ainsi partager avec les chercheurs de l'école d'été les questionnements de l'acteur public.

En écho à ce témoignage, Jacques-François Marchandise tentera de caractériser les potentiels et limites d'une société numérique capacitante, en prenant appui sur les travaux de la FING sur la ville, la confiance, les données, la démocratie participative et les Fab Labs. Il s'agit notamment d'explorer les environnements et plateformes qui permettent l'appropriation et la projection, comme peut l'être une ville davantage «plugin» que «plug and play», un dispositif d'autofabrication personnel ou collectif, une communauté de pratiques outillée par le numérique. La conception même de tels dispositifs détermine souvent la place de l'usager : certains déterminent précisément les contributions qui sont attendues de lui, d'autres laissent faire, favorisent ou accompagnent l'autonomie, l'émancipation.

Il s'agira, pour conclure, de confronter ces propositions numériques aux embarras et aux défis de l'empowerment : l'articulation entre les capacités individuelles et collectives, le «toujours les mêmes» et le paradoxal potentiel d'exclusion de la proposition participative, la question des échelles pertinentes.

PARTICIPER À L'ÈRE NUMÉRIQUE AU TEMPS DE L'INVISIBILITÉ DES TECHNOLOGIES

Serge PROULX - Prof. en communication LabCo UQAM

Le temps est venu de formuler à nouveau une critique systématique de l'idée de « société en réseaux », cette fois à l'aune des développements contemporains des espaces de communication, notamment la dissémination des technologies numériques invisibles qui nous oblige à reconsidérer la question de l'appropriation des technologies de l'information et de la communication (TIC). Tout se passe comme si nous étions contraints de « participer » à l'ère numérique. Mais que veut dire « participer » d'un point de vue philosophique et politique? Dans quelles circonstances et à quelles conditions pouvons-nous prétendre au développement d'une authentique « culture de la participation » dans cette soi-disant « société en réseaux »? Devant la multiplication des blogs et des réseaux socionumériques, quelles conséquences la prolifération de ces dispositifs sociotechniques peut-elle avoir pour le fonctionnement de la démocratie? Le surgissement des « médias sociaux » ne serait-il que le produit d'un « effet de mode » ou, au contraire, ces nouveaux médias sont-ils là pour rester? Une « culture du bavardage en ligne » occupe les jeunes et les moins jeunes. Les dispositifs numériques ont fait naître une obsession de la présentation de soi : chaque internaute agit sous la contrainte d'une injonction à un « marketing de soi », à une « audienciation de soi », c'est-à-dire que chaque usager cherche à parler à des « audiences » personnalisées (« publics en réseaux » ou « communautés ») de manière à gagner en réputation et en reconnaissance auprès de ses pairs.

Les espaces numériques souffrent d'une surcharge communicationnelle et informationnelle. Les internautes semblent éprouver une perte de repères solides pour établir pour eux-mêmes une grille de pertinence et pour pouvoir « faire sens » de tous ces flux de messages qui circulent dans le cyberespace. Que veut dire « prendre part » et « contribuer » au développement du monde avec les outils numériques? Cette question renvoie à l'identification des conditions nécessaires pour le déploiement d'une puissance d'agir citoyenne (empowerment) dans un monde fortement connecté. Nous proposerons un cadre pour penser une capacité d'agir distribuée entre acteurs aux compétences diverses mobilisées au gré des luttes et conjonctures (hétérarchie). Dans un contexte de transformation de l'univers numérique (dispositifs plus intelligents, pouvoir invisible important des algorithmes ancrés dans les dispositifs, émergence des technologies numériques invisibles) où la puissance d'agir citoyenne apparaît fragile et paradoxale, le temps est venu de reconsidérer la dialectique de l'aliénation et de l'émancipation dans le cadre d'un renforcement du capitalisme de l'immatériel. Tout comme il est nécessaire de repenser la question de l'appropriation des TIC dans le monde explosif des réseaux sociaux où les identités sont numériquement construites.