



Un monde de verre : Facebook ou les paradoxes de la vie privée (sur)exposée

Yannick Estienne

Docteur en SIC, chargé de mission recherche à l'Ecole Supérieure de Journalisme (ESJ) de Lille, GERiiCO

yannick.estienne@esj-lille.fr

0320304409

0627144757

Adresse professionnelle :

Ecole supérieure de journalisme de Lille (ESJ) 50, rue Gauthier-de-*Châtillon*, 59046 Lille

Résumé

Le succès de Facebook a mis en évidence le phénomène de massification des pratiques de socialisation numérique. Il est aujourd'hui de plus en plus banal de livrer délibérément des informations personnelles et d'observer la vie des autres sur les réseaux sociaux. La généralisation de l'exposition de soi et de la surveillance interpersonnelle pose la question des risques sociaux et identitaires engendrés par l'hypervisibilité en ligne. Cet article propose de s'arrêter sur les effets du décloisonnement des sphères privée et publique, et sur les enjeux du contrôle de l'exposition de soi. A partir d'entretiens réalisés auprès d'utilisateurs de Facebook, il tente d'explorer plus en profondeur les paradoxes de la vie privée.

Abstract

The success of Facebook put in evidence the phenomenon of massification of the practices of digital socialization. It is becoming more common today to deliberately share personal information and observe the lives of others on these social networks. The generalization of the exposure of one's self and the interpersonal surveillance raise's the question of the social and identical risks engendered by the on-line hypervisibility. This article offers to concentrate on the effects of the decompartmentalization of the private and public spheres as well as on the stakes of the control of self exposure. From interviews made with Facebook users, this article will try to explore in depth the privacy paradox.

Depuis le milieu des années 2000 et ce qu'il est convenu d'appeler le tournant du Web 2.0, les activités sociales et la vie relationnelle ne cessent de se déplacer vers les réseaux numériques où l'on peut très facilement se rencontrer, flirter, livrer des pensées intimes, exposer ses humeurs, jouer, partager des vidéos, publier ses photos, commenter l'actualité, etc. Véritables espaces numériques, les plateformes de blogs et les réseaux sociaux en ligne (Meeting, Myspace, Facebook, Twitter, etc.) sont devenus des lieux privilégiés où se mettre en scène et déployer des tactiques relationnelles dans le but d'éprouver sa subjectivité et de tester des formes de reconnaissance. Aussi, sur Internet, les individus n'hésitent-ils pas à divulguer des informations personnelles et à exposer une part toujours croissante d'eux-mêmes à un auditoire aux contours plus ou moins lâches. En retour, il est souvent attendu des partenaires de l'échange numérique un minimum de réciprocité. La socialisation numérique s'articule en effet autour de deux tendances : s'exposer et observer. Aussi, la banalisation des pratiques de (sur)exposition de soi et de surveillance interpersonnelle pose-t-elle une série de questions. Quels comportements, l'usage des réseaux sociaux numériques encourage-t-il ? Quels en sont les risques identitaires et sociaux ? Quelle conscience les usagers ont-ils de ces risques ? A travers ces questions, je m'intéresse aux évolutions des représentations de la vie privée et de l'intimité à l'heure du tout numérique. Mon enquête porte plus spécifiquement sur les pratiques et les représentations des utilisateurs de Facebook, site dont l'audience ne cesse de croître et qui est devenu, en peu de temps, emblématique de la massification des pratiques de socialisation en ligne¹. L'analyse du régime de transparence que promeut un site comme Facebook dont les responsables sont connus pour leur sens de la controverse et leur conception très restrictive de la vie privée, conduit à explorer les paradoxes de la vie privée à l'ère numérique, entre désir de montrer et de voir, et besoin de protection.

Dans le cadre de cette enquête, j'ai soumis un questionnaire à plus d'une centaine d'étudiants en journalisme et en communication, tous utilisateurs de Facebook. En parallèle, j'ai réalisé des entretiens semi-directifs auprès d'une quinzaine d'étudiants de l'ESJ-Lille (Ecole de journalisme de Lille). Assez homogène, la population ciblée pour l'enquête est composée d'individus jeunes (entre 22 et 27 ans), possédant un capital scolaire et culturel élevé (Bac+4 en moyenne), une appétence forte pour l'information et, dans une certaine mesure, pour les technologies de l'information et de la communication. Il faut préciser que je ne prétends pas, à partir d'un panel aussi réduit et d'une population aussi peu représentative de la diversité des utilisateurs, tirer des enseignements ni des conclusions de portée générale. Tout au plus, cette enquête tend à confirmer des tendances déjà mises à jour et à creuser un peu plus certaines pistes.

La mise en spectacle de l'intime et le recul de la pudeur

L'affaire Lewinski, hier. L'affaire des SMS de Tiger Woods, aujourd'hui. Dans nos sociétés, l'intérêt que suscite la vie privée des personnes publiques n'est pas à démontrer. La curiosité pour les drames mondains et la vie des puissants qu'une certaine presse s'attache à exciter a conduit à étendre le domaine de la « publicité », entendu au sens étymologique, à savoir : « qualité de ce qui est rendu public ». Avec l'apparition de la photographie de presse et l'essor de la presse industrielle, le principe de publicité censé s'appliquer, dans les sociétés démocratiques, à la conduite des affaires communes, s'étend à la conduite des affaires privées des personnes publiques². Mais un glissement s'opère progressivement, et les médias de masse se mettent à s'intéresser à la vie privée des gens ordinaires.

1 Au début de l'année 2010, Facebook comptait près de 400 millions d'utilisateurs dans le monde et 15 millions en France. La presse évoque le cap du milliard d'utilisateurs pour 2011.

2 Pour ces dernières, un régime d'exception semble s'appliquer de manière plus ou moins tacite. Bien que le droit au respect de la vie privée s'applique à tous, il est souvent admis qu'une personne ayant choisi d'exercer une fonction publique et qui, par ailleurs, en retire du prestige, devrait, au nom du « droit à l'information », accepter que sa vie privée soit exposée. Dans le cas d'un litige au sujet de la publication d'une information et confrontant un média à une « personnalité », il n'est pas rare en effet que le droit à l'information l'emporte sur le droit au respect de la vie privée.

Dès le début du 20^e siècle, la presse populaire cherche à susciter la passion des choses humaines et domestiques [Hoggart, 70] annonçant ainsi l'essor du *storytelling* journalistique axé sur les *human interest stories*. Si l'on prend l'exemple de la France, la presse féminine commence à publier dans l'après-guerre les confidences de ses lectrices et, dès le lancement d'Europe n°1, les conversations intimes entre animateurs et auditeurs font leur apparition à la radio. Ce sont les discours sur la sexualité dans *Ménie Grégoire*, l'émission culte de RTL à la fin des années 1960, qui installent véritablement le domaine de l'intime dans l'espace médiatique. Avec l'arrivée de la « télévision de l'intimité » [Mehl, 96] - des émissions dites *Reality show* dans les années 1990 à la *Real TV*, façon *Loft story*, dans les années 2000 - une étape supplémentaire est franchie. Cette télévision entreprend d'explorer la psychologie des gens ordinaires et prétend, malgré l'épaisseur des dispositifs télévisuels et des effets de fictionnalisation, montrer leur vie réelle et pénétrer leur intimité. À travers la production de ce simulacre de proximité avec les gens ordinaires qui concourt à brouiller les frontières entre vie publique et vie privée, l'intimité et la vie quotidienne s'exposent à l'écran, colonisant peu à peu les contenus et les imaginaires médiatiques.

Aujourd'hui, la mise en spectacle médiatique de la vie des gens ordinaires ne constitue plus un phénomène marginal. L'exposition publique de soi et l'observation de l'intimité d'autrui sont devenues des pratiques courantes. Cela signifie-t-il pour autant que nous sommes tous devenus impudiques ? Comme l'écrit Serge Tisseron [01], « *le sentiment de la pudeur est loin d'être immuable et les jugements d'exhibitionnisme ou de voyeurisme sont précisément liés à un moment de l'histoire* ». Tout le monde ne développe bien entendu pas de fortes dispositions au voyeurisme et à l'exhibitionnisme. Néanmoins, l'évolution des contenus médiatiques rend compte, dans une certaine mesure, d'un recul des frontières de la pudeur. Elle tend à légitimer la propension à observer la vie d'autrui par la « lucarne » et à publiciser des aspects de sa vie destinés traditionnellement à une minorité ou à rester dans l'ombre (ses affects, ses petites habitudes et perversités du quotidien, etc). Convoquant Norbert Elias, Fabien Granjon [10] montre que le processus d'intériorisation des règles de civilité s'est affaibli, autorisant un déconstrôlé relatif et un déplacement de la pudeur. Sous l'effet de la montée d'une culture du narcissisme et de l'inflation du souci de soi [Lasch, 2000] qui, comme le déplore Richard Sennett [79], va de pair avec un désintérêt de la chose publique, des changements du rapport des individus à l'intimité se seraient produits dans le sens d'un relâchement des contrôles de l'affectivité et de la pudeur. Ainsi ce qui était auparavant voué à rester caché peut aujourd'hui être, dans certaines conditions et par l'entremise des technologies de la communication, révélé publiquement. À la télévision tout comme chez soi, grâce notamment aux webcams qui diffusent sur Internet les scènes de vie quotidienne de parfaits anonymes [Cauquelin, 03], paraissent des scènes réputées jusqu'alors inaccessibles au regard d'autrui. « *La visibilité devient admise là où le secret était de mise* » comme l'écrit Dominique Mehl [96].

Un retournement de paradigme : la vie privée, une liberté aujourd'hui trop encombrante

Ce que l'on entend communément par « vie privée » varie selon les époques, les sociétés et les personnes. Philippe Ariès et Georges Duby [85] ont montré que la vie privée n'est pas une réalité naturelle et que ses contours se redéfinissent en permanence. Aussi, un regard rétrospectif sur ces notions et leur histoire est-il riche d'enseignements. On doit à Aristote la distinction classique entre sphère publique (la cité) et sphère privée (le foyer domestique), avec comme arrière plan l'idée que le « public » est le « royaume de la liberté » alors que le « privé » est le « royaume de la nécessité » [Gerstlé, 87]. Or la conception moderne et libérale de la vie privée prête au domaine du « privé » des valeurs fortes. C'est dans la sphère privée, plus précisément au sein de la famille, à l'abri des regards et de la pression sociale, que des libertés nouvelles s'édifient et que l'individu parvient à construire sa personnalité. La dissociation progressive entre la sphère privée et la sphère

publique aboutit, au 19^e siècle, à la reconnaissance de la famille comme un refuge protecteur face à la société. La maison bourgeoise de l'ère victorienne matérialise la volonté de dégager l'entité familiale des contraintes de la vie sociale et devient le symbole de l'espace privé où l'on cultive le goût puritain du secret. L'enceinte de la maison qui protège des regards et des intrusions extérieurs garantit la tranquillité familiale et fonctionne métaphoriquement comme la barrière entre soi et le monde extérieur³.

Dans le cours du 20^e siècle, le sentiment de l'intimité progresse, s'individualise et traverse peu à peu les frontières de classe. Le besoin de respecter la vie privée, comme condition première à l'exercice des libertés fondamentales, s'éprouve comme un besoin profond. Il devient même un droit ; les sociétés démocratiques édifiant un ensemble de règles et de lois sensées en garantir à tous la jouissance. Au même titre que le droit à la propriété privée et à l'inviolabilité du domicile, le droit au respect de la vie privée devient une condition essentielle à la régulation sociale et à la libre disposition de soi. Même si elle reste une question complexe à entrées multiples, et même si un flou juridique et éthique entoure toujours sa définition, le droit à la vie privée apparaît comme une conquête dont on ne manque pas de souligner la fragilité dès que surgissent des menaces de sa remise en question. Au cours des quarante dernières années, l'apparition de nouvelles technologies d'enregistrement du réel et les progrès dans le traitement automatique de données n'ont pas manqué de susciter des craintes. Près de trente ans avant les polémiques autour du fichier de police EDVIGE et du fichier scolaire « Base-élèves », c'est la mobilisation contre les atteintes à la vie privée liées au recoupement des fichiers informatiques des administrations qui a conduit au vote de la loi dite « Informatique et libertés », en 1978 [Vitalis, 81].

Comme il a été évoqué plus haut au sujet de la télévision de l'intimité, la conception de la vie privée tend à se transformer. On constate aujourd'hui une évolution dans le sens du décloisonnement des sphères privée et publique, et de l'érosion de l'attachement à la vie privée [Rouvroy, 08]. Longtemps considérée comme une liberté qui protège, elle peut être vécue aujourd'hui comme une contrainte qui enferme les subjectivités aspirant à se déployer publiquement. De nouvelles pratiques de socialisation techniquement médiatées privilégient la liberté de s'exprimer, de s'exposer et de surveiller sur le droit au secret et le devoir de vigilance. Sur Internet, il est en effet de plus en plus fréquent d'afficher la volonté de parler de soi, de revendiquer le droit de se montrer et de se rendre accessible à d'autres, ou encore de militer pour le respect du droit à l'information qui permet, en toute légitimité, d'observer et de constituer un savoir sur autrui. La poussée « expressiviste » explique l'essor des sites d'autopublication et aujourd'hui des réseaux sociaux numériques [Allard, 03]. Nombreux sont ceux qui aspirent à faire éclater leur « bulle privée » dans laquelle ils se sentent désormais trop à l'étroit. Comme le souligne bien André Vitalis [02], « *la vie privée telle qu'elle était conçue traditionnellement apparaît plus comme un enfermement que comme une liberté* ». Après avoir été conduit à se replier sur sa sphère privée, l'individu est aujourd'hui encouragé à déplier publiquement son intimité contribuant ainsi à vider de son contenu ce concept.

Pour Serge Tisseron [01], « *le droit à l'intimité entre aujourd'hui de plus en plus en concurrence apparente avec un désir 'd'extimité'*, défini comme le « *mouvement qui pousse chacun à mettre en avant une partie de sa vie intime, autant physique que psychique* ». Alors que la vie privée tend à être perçue comme « un problème de vieux cons » [Manach, 09], les usagers des réseaux sociaux numériques explorent les voies ludiques et conviviales de l'exhibition en ligne [Granjon, 09] qui semble pouvoir devenir un vecteur d'émancipation. C'est l'avis de certains qui, à l'instar de Koskela [04] défendent l'idée que l'exposition publique de sa vie privée constitue un « *empowering exhibitionism* ». Si le *lifelogging*, que l'on peut définir comme la pratique de

3 Il est à noter que les théories féministes matérialistes ont très justement mis en évidence que l'espace privé est d'abord le lieu de la domination masculine et de l'exploitation du travail féminin. Dans la sphère domestique l'homme jouit de la tranquillité et peut reconstituer librement sa force de travail alors que la femme y subit l'assignation au travail productif et reproductif.

l'auto-enregistrement de tous ses faits et gestes au moyen de technologies embarquées, est l'expression outrée de cette tendance, les services du Web 2.0 permettent bien de satisfaire, de manière certes moins spectaculaire, ce désir d'être vu. La généralisation des pratiques de communication sur les réseaux sociaux en ligne participe au renforcement des dispositions à l'auto-exposition mais aussi à l'inter-surveillance.

Des vies sous surveillance

Les dispositifs de géolocalisation et de vidéosurveillance se banalisent ; les objets pucés et communicants (RFID) envahissent nos quotidiens ; l'usage des outils et sites de socialisation numériques explose : nous sommes de plus en plus habitués à voir nos faits et gestes enregistrés et à vivre constamment surveillé. Sans pouvoir détailler ici les ressorts de l'acceptabilité⁴, on peut faire le constat que tout concourt à rendre acceptables et même souhaitables la traçabilité et la surveillance : impératifs de sécurité (de la lutte contre les petites « incivilités » ordinaires jusqu'à la lutte contre le terrorisme); rationalisation de l'administration des hommes et de la gestion des choses (pour améliorer l'efficacité et la personnalisation des services); et surtout recherche de convivialité et de confort individuel (rester en contact, partager des expériences, se repérer dans l'espace, etc.). Combinée aux mécanismes de déprivatisation de soi évoqués plus haut, l'affirmation de ces besoins politiques, économiques et sociaux a comme effet d'augmenter la tolérance aux formes multiples de contrôle. L'idée que la traçabilité et la surveillance peuvent renforcer les libertés collectives et l'autonomie individuelle (*empowerment*) gagne du terrain. Cessant d'être perçue seulement comme une nuisance, une violation de son intimité, ou l'expression de l'arbitraire du pouvoir, la surveillance peut désormais être appréhendée positivement et revêtir des apparences démocratiques et égalitaires. Dans cette optique, nombreux sont ceux qui paraissent convaincus que la surveillance, dont des Etats et des entreprises n'ont plus le monopole, est le fait de tous et profite à tous ; la volonté de voir et de se montrer l'emportant sur la crainte des effets de pouvoir que ce savoir constitué sur soi et les autres impliquent. Alors que la surveillance « institutionnelle » continue de faire peur, les nouvelles pratiques de socialisation numérique tendent à banaliser la surveillance « interpersonnelle ». À travers des concepts tels que « sousveillance », « equiveillance » [Kerr, Mann, 06], ou de surveillance « latérale » ou « participative », des discours savants s'attachent même à légitimer les formes nouvelles de l'inter-surveillance assistée par ordinateur.

Dans un contexte où les pratiques d'exposition volontaire de soi sur Internet se répandent, le fait que sa vie privée fasse l'objet d'une surveillance constante n'entraîne pas véritablement de résistance même si la conscience des risques semble bien présente. Des études et des sondages sont publiés, et la presse s'empare du sujet qui est largement débattu sur les blogs et les réseaux sociaux. L'existence de débats publics autour de la question de la protection de la vie privée à l'heure des réseaux numériques atteste bien du fait que l'intérêt pour cette question perdure. Certes, l'attention de « l'opinion publique » se concentre souvent sur la protection des mineurs et sur les risques « majeurs » en matière de délinquance informatique (pédophilie, terrorisme, usurpation d'identité et criminalité financière). Mais ces préoccupations rendent bien compte de l'incertitude dans laquelle sont plongés les citoyens évoluant dans un environnement numérique où la traçabilité est la règle et où l'indétermination entre le domaine du privé et du public gagne du terrain. Malgré les tendances bien réelles à l'exposition consentie de soi, la vie privée n'a pas disparu avec l'émergence des outils du Web 2.0 et des plateformes relationnelles en ligne. Leurs usagers doivent se montrer d'autant plus vigilants que les raisons de se protéger contre les intrusions extérieures et l'exploitation des données personnelles se sont multipliées avec la numérisation des échanges, qu'il s'agisse de se protéger des intentions malveillantes d'un ex-petit ami, du contrôle d'une administration, de

4 Il est à notre avis que la sémantique est souvent mobilisée pour faciliter l'adhésion de la majorité à un programme politique ou à un projet de société comme l'illustre bien l'exemple de la substitution récente du terme vidéosurveillance par celui de « vidéo-protection ».

l'usurpation de son identité ou encore des sollicitations commerciales non sollicitées (*spam*). Les formes plurielles (institutionnelles et interpersonnelles) de la surveillance, dont les effets sont décuplés par l'élévation des performances technologiques, ont fait exploser les risques et les potentialités de nuisance. On comprend dès lors que beaucoup cherchent des moyens de protéger leur identité numérique, d'aménager des angles morts dans les espaces numériques qu'ils fréquentent, et de pouvoir se faire oublier si nécessaire. Le recours à des pseudonymes et le fait de donner de fausses informations sur soi à l'occasion d'une inscription sur un site, sont des pratiques répandues sur internet. Même si ces pratiques d'anonymisation très partielles qui satisfont souvent les internautes correspondent seulement à un premier niveau de protection⁵, elles fournissent cependant la preuve que le besoin de confidentialité et la pratique du secret existent toujours.

Comme le montre Dominique Cardon, sur Internet nous jouons à voiler et à dévoiler alternativement des parties de nous et à dessiner nos identités en « clair-obscur » [Cardon, 08]. Les individus développent ainsi des tactiques relationnelles et une certaine capacité à opérer des choix quant au niveau de confidentialité qu'ils souhaitent. L'analyse de cette micro-politique de la visibilité permet d'établir une typologie des sites de réseaux dans laquelle figure le modèle du « phare » qui s'applique très bien à Facebook. La recherche d'un niveau élevé de confidentialité est donc contradictoire avec le « bon » usage de Facebook qui favorise l'« hypervisibilité ». Contrairement à d'autres espaces relationnels en ligne, on y apparaît presque toujours sous sa véritable identité. Toutefois, dans l'esprit de ses usagers qui souhaitent souvent réserver à leurs « amis » les informations publiées, mettre en ligne des données personnelles ne répond pas à une envie frénétique de les rendre publiques ni de s'en dessaisir. Les éléments empiriques dont on dispose attestent en effet que l'exposition en ligne sur les réseaux numériques s'effectue rarement sans volonté de maîtrise. Aussi, des internautes sont-ils fortement troublés d'apprendre que des informations qu'ils souhaitaient garder « privées » se sont retrouvées en ligne. Ce genre d'équivoque peut provoquer un véritable inconfort chez l'utilisateur d'un site tel que Facebook. Mais, malgré l'incertitude jamais absente et les précautions que beaucoup semblent prendre dans leurs conversations numériques, la tendance est bien aujourd'hui à la prolixité. Des usagers reconnaissent que sur Facebook ils « parlent trop », ils « racontent plus qu'il ne faudrait ». Du moins davantage qu'ils ne le faisaient avant d'intégrer Facebook. « Il y a cette tendance à raconter sa vie sur Facebook. Je ne suis pas sûr que les gens le feraient autrement ». La pratique de Facebook inciterait ses usagers au « bavardage inutile » et à livrer toujours plus d'informations, ce qui peut leur porter préjudice quand celles-ci « tombent entre de mauvaises mains ». « On a tous cette tendance là. Comme pour tout le monde, ça a favorisé mon penchant exhib' ». Les réseaux sociaux en ligne stimulent la monstration de soi et à la dissémination de données personnelles. L'enjeu est alors ici d'explorer le paradoxe de la vie privée, et de présenter les limites de la liberté et de l'autonomie des individus dans une société d'inter-surveillance.

Facebook : un passage obligé ?

Les personnes interrogées s'accordent sur le fait que Facebook fait partie de leur vie quotidienne et qu'il leur serait difficile de s'en passer. Facebook remplit clairement une fonction phatique : s'assurer que l'on garde le contact et que la communication passe bien. Dans la majorité des cas, Facebook permet de garder une « fenêtre ouverte » sur les autres et rend possible un accès à soi. Ses usagers insistent sur le facteur « commodité » de l'outil. Facebook intègre en effet des fonctionnalités multiples (tchat, mail, wall...). La souplesse de l'outil, son confort d'usage, et le gain

⁵ Sur Internet, les traces sont laissées « à tous les étages ». Même s'il faut rappeler que la sécurité des systèmes et des échanges ne peut jamais être assurée à 100%, certaines pratiques et certains outils logiciels tels que Tor (<https://www.torproject.org/>) permettent de se protéger un minimum en brouillant les parcours de navigation et en faisant obstacle à une identification simple et rapide des internautes. Mais pour cela faut-il encore que ces derniers aient l'envie et se donnent les moyens de se doter d'outils et d'une véritable stratégie de protection. Cette attitude va justement à l'encontre de la tendance dominante à la (sur)exposition de soi et au rehaussement du seuil de tolérance au contrôle.

de temps qu'il permet en font bien souvent son intérêt et sa force. En moyenne, ces usagers passent quotidiennement entre une demi-heure et deux heures sur le site. L'onglet de la page Facebook reste ouvert en permanence sur leur ordinateur ou leur *smartphone*. Il y jettent un oeil très régulièrement en « rafraichissant » leur page pour « *checker* les nouveaux messages » et « voir ce que font ou disent les autres ». Cette pratique qui offre la satisfaction de pouvoir rester en contact en permanence avec son réseau, relève pour beaucoup du « réflexe ». Quelques-uns avouent un peu honteusement être devenus « *addict* » ou « boulimiques », et la majorité déplore y passer « beaucoup trop de temps ». Les contraintes pratiques de la vie des étudiants interrogés peuvent expliquer cet intérêt pour Facebook qui prend parfois la forme d'une dépendance : « les cours nous prennent beaucoup de temps, notre famille et nos amis sont loin » ; « J'ai gardé des amis à l'étranger, c'est pratique ».

L'outil semble donc adapté aux manières présentes de vivre, de communiquer et de déployer son identité. Dans un monde qui encourage la mobilité, la dispersion géographique, la multiplication des groupes d'appartenance et le développement d'identités mosaïques, Facebook apparaît comme une opportunité pour mieux vivre sa vie relationnelle. Ne pas être sur Facebook passe même pour préjudiciable. « On perd quelque chose », « C'est comme louper un repas avec ses potes, on passe à côté des bonnes blagues ». « Sans Facebook, je passerai certainement à côté de plein d'invitations à des fêtes ou à des concerts ». Justement, c'est pour ne pas « manquer quelque chose », que la plupart ont passé le pas, encouragé par leurs proches. Dans le monde étudiant, la pratique de Facebook fait aujourd'hui partie des rites de socialisation obligés. Une personne interrogée explique avoir fait le choix de se désinscrire avant de changer rapidement d'avis, constatant qu'elle avait « perdu quelque chose ». D'autres évoquent le cas de leurs amis absents de Facebook, à qui on oublie systématiquement de transmettre les messages et qui sont, dans une certaine mesure, marginalisés dans le groupe. « Il n'y a qu'une seule personne dans la classe qui n'est pas sur Facebook, et je sais qu'à plusieurs reprises elle a manqué des invitations ». Les discours des usagers font donc état d'une forme de décrochage relationnel et de discrimination passive des non-usagers de Facebook.

Le succès des réseaux sociaux numériques et de Facebook en particulier rend bien compte de la tendance à la (sur)exposition de soi. Comme le souligne Granjon, les sites de réseaux sociaux « *stimulent à l'évidence le consentement à divulguer des informations personnelles* » [Granjon, 09]. S'exposer et livrer des informations personnelles, les individus le font délibérément, sans qu'on ne les y contraigne. Le contrat qui lie la société Facebook à ses usagers repose en effet sur la participation libre et active de ses membres à leur propre mise en fiche. Pas besoin de mesures incitatives ni de récompenses alléchantes à la clé. La seule contre-partie est de pouvoir utiliser à sa guise les services de la plateforme relationnelle. Aussi l'apparition des réseaux sociaux qui fonctionnent sur le modèle de l'hypervisibilité bouleversent-elles les logiques de la collecte de données personnelles. Bien que les usagers affirment faire le distinguo entre l'utilisation de Facebook et celle de n'importe quel autre site marchand, la pratique de l'enregistrement volontaire apparaît comme « quelque chose de tout à fait naturel », alors qu'il représente un véritable casse-tête pour la plupart des marchands en ligne. Les conditions sont alors réunies pour que la résistance à la divulgation des données personnelles se relâche progressivement.

La participation de l'utilisateur et la politique *anti-privacy* de Facebook

Tout membre de Facebook est censé, en connaissance de cause et dans son propre intérêt, se prêter au jeu de l'auto-enregistrement et de la divulgation d'informations. Bien entendu, il est « libre » de décider ce qu'il dévoile de sa vie privée en plaçant où il le souhaite le curseur de la confidentialité. Or, il faut considérer cette liberté comme une liberté sous contrainte. La pression du groupe et la crainte d'être marginalisé ont déjà été évoqués. « On est un peu obligé. Je pense qu'on est vite isolé socialement si on n'y est pas ». L'environnement social joue en effet un rôle primordial

dans le choix d'utiliser Facebook. Plus le nombre d'utilisateurs, de connexions et d'échanges est élevé, plus attractif est l'outil et plus grande est l'utilité du service. Après avoir été bien souvent initié par ses proches, l'utilisateur devient à son tour prescripteur de comportements. La société Facebook qui déploie diverses stratégies pour encourager le recrutement viral de nouveaux membres⁶ sait parfaitement tirer profit de cette dynamique communautaire. En se gardant bien d'avancer qu'elle a le pouvoir de façonner les comportements de ses usagers-clients, la société de Mark Zuckerberg les incite fortement à se mettre en relation (en leur suggérant notamment d'accepter comme nouveaux « amis » des personnes qui ont avec eux des amis en commun), à alimenter en contenu le site, et à livrer toujours plus d'eux-mêmes (en développant des applications sociales originales). Il faut en effet rappeler que le contenu apporté par l'utilisateur constitue le fonds de commerce de Facebook. Quant aux données personnelles, elles en font sa richesse. Il est bien alors dans l'intérêt de Facebook que l'on soit toujours plus nombreux et « bavards » sur le site. Le modèle économique de Facebook, comme celui de la plupart des acteurs de l'Internet, repose sur le principe de l'UGC (*User Generated Content*). Facebook met à disposition l'infrastructure et ses usagers apportent le contenu. Sans leur participation, l'outil n'a aucune valeur. Ainsi, la société Facebook peut-elle arguer qu'il est dans l'intérêt de tous que ses services soient utilisés massivement. Du côté de l'utilisateur, il est ainsi possible de bénéficier de ce que les économistes appellent « les effets de réseaux » qui améliorent la valeur et l'utilité du service (plus de proches avec qui échanger, plus de chances de rencontrer des personnes qui partagent nos goûts, etc.). Du côté de Facebook, le nombre croissant d'utilisateurs ainsi que l'exploitation de leurs données personnelles, à des fins de ciblage publicitaire notamment, permet une meilleure valorisation publicitaire du site et promet à la société de futurs profits.

Mais derrière l'aspect « gagnant-gagnant » de la relation entre Facebook et ses usagers, il y a quand même un perdant : la *privacy*. Du moins une certaine idée de la vie privée. Alors que les évolutions sociales et technologiques confirment la tendance à l'érosion de l'attachement à la vie privée, Facebook travaille à l'acceptabilité de l'idée que la protection de sa vie privée ne doit pas constituer un frein à la liberté de s'exposer et à l'inflation de la production de données. L'équation est relativement simple : moins de *privacy*, plus de valeur créée et plus de profits. Aussi Facebook est-il engagé dans une politique offensive consistant à mettre en pièce les défenses contre l'intrusion mercantile et l'exploitation des données personnelles ; une politique qui a lui valu à plusieurs reprises de violentes critiques. L'affaire *Beacon* est par exemple révélatrice du goût de Facebook pour les coups de force⁷. La dernière polémique en date remonte à décembre 2009 et aux déclarations de Mark Zuckerberg qui ont eu le mérite de rendre explicite la volonté de Facebook d'imposer aux utilisateurs de changer leur conception de la vie privée. Un nouveau changement dans les paramètres de sécurité a conduit à rendre publique, par défaut, une série de données, notamment les photos du « profil ». Avec l'inversion de la logique de la confidentialité (les informations personnelles ne sont plus privées par défaut) qui conduit à l'inflation des données personnelles publiées contre la volonté de beaucoup d'utilisateurs, Facebook rompt le contrat de confiance passé avec eux.

Danah Boyd, spécialiste des réseaux sociaux numériques, rappelle que s'il est bien dans l'intérêt de Facebook d'inciter les gens à rendre public le maximum d'informations, les procédés utilisés sont intolérables [Boyd, 10]. A la tête d'une des plus vastes bases de données personnelles au

6 Notamment en proposant au nouvel inscrit d'utiliser son carnet d'adresses mails pour lancer dans son réseau de connaissance l'invitation à le rejoindre sur Facebook.

7 Fin 2007, Facebook lance un système de publicité sociale baptisée *Beacon*. Basée sur la connaissance du profil des utilisateurs et de leurs comportements sur la toile, cette application est conçue pour que les membres informent automatiquement leurs « amis » de leurs achats effectués dans des boutiques en ligne. Dès l'annonce de un large front d'utilisateurs mécontents se constitue pour dénoncer ce système intrusif et contraint les responsables de Facebook à faire marche arrière et à présenter leurs excuses aux membres du réseau (une pétition avait recueilli 70000 signatures). Si l'application *Beacon* existe toujours, le consentement explicite de l'acheteur est désormais nécessaire pour que sa « liste de courses » soit diffusée à ses amis.

monde, Zuckerberg peut d'autant plus facilement décréter que les gens se désintéressent de leur vie privée qu'il se trouve en position objective d'énoncer des prophéties autoréalisatrices [Kirpatrick, 10]. En se mettant astucieusement en scène dans le rôle de l'arroseur arrosé (quelques-unes de ses photos personnelles se sont en effet retrouvées dans la partie « publique » du site), Zuckerberg peut alors prêcher pour un monde de transparence et prescrire des comportements compatibles avec les intérêts de sa société mais au détriment des plus vulnérables, notamment les adolescents [Boyd, 08].

Face aux menaces pour sa vie privée, quelle attitude adopter ?

Révélatrice des intentions de Facebook, cette polémique à laquelle les médias ont donné un large écho a-t-elle eu pour autant un impact sur la confiance que les utilisateurs portent à la société à qui ils cèdent bien volontairement des données personnelles et le droit de les exploiter ? Pour cela, encore faut-il que les utilisateurs aient accès à l'information. Or, l'enquête révèle que la grande majorité des personnes interrogées a échappé à cette polémique. Certes, la pratique de la veille informationnelle et le décryptage de l'actualité nécessitent une certaine expérience, un certain capital culturel et certaines compétences. De ce fait ce résultat est d'autant plus surprenant que la population sur laquelle porte l'enquête est une population d'étudiants en journalisme, utilisateurs chevronnés de Facebook et grands consommateurs de médias et d'information. Aux questions : « Avez-vous entendu parler de la polémique au sujet des modifications des paramètres de confidentialité, Facebook ? », « Qu'est-ce qui a changé ? », les réponses, souvent confuses, témoignent à ce sujet d'une connaissance partielle ou d'une ignorance gênée. « J'ai pas bien suivi...mais j'ai l'impression qu'il y a eu des modifications ». Peu au fait des stratégies de Facebook et de sa *privacy policy*, les usagers interrogés avouent ne pas trop faire confiance à Facebook sur la question de la vie privée. « Je sentais bien que ça aller tourner comme ça » ; « ils doivent faire ça pour vendre nos informations, non ? ».

De manière générale, les personnes interrogées ont un faible niveau de confiance dans la sécurité et la fiabilité des transactions en ligne, qu'il s'agisse ou non de transactions marchandes. Ces mêmes personnes sont capables de citer un ou plusieurs exemples d'abus et de dangers relatifs à l'usage des données personnelles : *hacking* de bases de données, *phishing*, escroquerie à la carte bleue, fichage policier sauvage, utilisation malveillante par un employeur ou un collègue de travail de données personnelles « volées » sur Facebook, etc. « Sur Facebook ou ailleurs, on n'y échappe pas, on est fiché partout ». La médiatisation de quelques cas spectaculaires et l'existence d'un débat public sur ces menaces sont, pour elles, une preuve que la question de la vie privée en ligne est « prise au sérieux » par les « utilisateurs » et les « autorités », même si certains usagers de Facebook notent une « tendance à l'exagération des risques ». Si quelques-uns seulement envisagent en conséquence de cloisonner leurs réseaux sociaux en ligne (en dissociant par exemple profil privé et profil professionnel), la plupart ne disposent que d'un seul profil où ils partagent des informations avec les membres de leur famille, leurs amis, et leurs anciennes connaissances. Facebook favorise ainsi le recoupement des sphères de la vie jusque-là disjointes. Cette mise en relation provoque des petites frictions identitaires et peut pousser à l'autocensure. « Ma soeur étale beaucoup sa vie privée sur Facebook. Comme notre père y est aussi, parfois elle est obligée de mentir » ; « on oublie parfois les centaines de gens qui ont accès à ce qu'on publie ». Du fait que sur Facebook, et sur Internet en général, la possibilité d'être observé est constante, la liberté de s'exprimer apparaît comme fortement contingente. Quand on se sait surveiller on peut avoir tendance à réprimer certains aspects de sa personnalité, à rechercher le consensus, à se comporter de manière plus conforme à la loi, aux bonnes moeurs, et à l'opinion commune. « Je ne publie jamais des critiques négatives (d'une oeuvre), ni même un tout petit peu polémiques » ; « Je ne mets que des choses inoffensives. Si jamais on remontait à moi, ça ne poserait pas de problèmes ». Contraindre les conduites par les regards, tel était l'objectif premier du modèle panoptique décrit par Foucault. « *C'est le fait d'être vu sans cesse, de pouvoir toujours être vu qui maintient dans son assujettissement l'individu*

disciplinaire » [Foucault, 75]. Bien qu'il s'effectue en milieu ouvert, le processus de normalisation des comportements à l'oeuvre sur les réseaux sociaux numériques fonctionne sur le mode de la reproduction des objectifs et des effets de pouvoir des « Disciplines ». La liberté de désobéir et se construire en dehors des conventions dominantes s'en trouve fortement réduite.

La plupart des personnes interrogées prétendent avoir une « conscience » diffuse des risques. Certains usagers optent pour une attitude consistant à balayer les risques de la vie numérique, en se montrant suffisamment informés et armés pour déjouer les pièges de l'exposition de soi et de la traçabilité. « Je sais ce que je fais »; « Les gens sont conscients de tout ça »; « C'est une question de bon sens ». Bien souvent, cette attitude consiste à minimiser les risques et parfois à feindre l'indifférence. « Il n'y a pas plus de risques qu'ailleurs » ; « Je ne suis pas vraiment de tendance parano, là-dessus » ; « Je ne suis pas flippé d'Internet ». Il est possible d'interpréter cette attitude comme une façon de mettre à distance un danger, ou de nier simplement une évidence pour mieux vivre une situation potentiellement anxiogène. C'est ce que Christophe Dejourn, dans son travail sur les métiers à risque, nomme « stratégie de défense » [Dejourn, 02]. Légitimes dans la mesure où elles protègent le sujet contre une souffrance psychique, ces stratégies de défense sont généralement « conservatrices » dans le sens où elles entravent l'action individuelle et collective et encouragent l'acceptation de l'ordre des choses tel qu'il est. Une autre attitude qui engage sinon un déni de responsabilité du moins une économie de moyens consiste à faire confiance par défaut à Facebook dans sa *privacy policy*. Partant du principe que « Facebook n'est pas pire que d'autres », certains prétendent qu'il est dans l'intérêt de Facebook, de ne pas abuser de la confiance de ses usagers. Convoquant un argument rationnel tout à fait valable du point de vue de l'économie des données personnelles [Rochelandet, 10], ils affirment qu'une société telle que Facebook n'a aucun intérêt à risquer la confiance en se comportant de manière non respectueuse de ses membres. « J'ai tendance à me dire que Facebook ne va pas risquer de ruiner son truc en allant vendre nos données ». D'autres, tout aussi pragmatiques, estiment que des avancées ont eu lieu et que Facebook a pris la mesure des inquiétudes formulées en affinant, en apparence du moins, ses critères de confidentialité. La preuve que la question est prise au sérieux étant pour eux que ces mêmes critères évoluent sans cesse. « Au début, il y avait très peu de paramètres de sécurité, après il y en a eu de plus en plus ». Mais souvent, derrière cette attitude plus passive pointe la résignation : « Qu'est-ce que je peux bien y faire ? » L'ampleur de la tâche pour gagner en autonomie combinée au caractère diffus de la menace paralysent alors l'action. « Je ne m'y connais pas trop en informatique, ça me tétanise de savoir qu'on peut tout retrouver ». À travers leurs déclarations et leur comportements, ces usagers font comprendre qu'ils acceptent avec fatalité de voir certaines de leur libertés reculer.

Les dangers de la numérisation, au coeur du paradoxe de la vie privée

L'ensemble des attitudes ici décrites confirme l'intérêt heuristique du concept de paradoxe de la vie privée. Ce paradoxe pourrait être défini comme la contradiction entre, d'une part, une méfiance et une inquiétude bien réelle face à des menaces également bien réelles en matière de protection de sa vie privée, et, d'autre part, le désir de s'exposer en livrant volontairement des informations sur soi susceptibles de porter atteinte à sa vie privée. Alors que la majorité des usagers rencontrés prétendent être concernés par la vie privée sur Internet et déplorent parfois le manque de protection légale⁸, une minorité seulement se montre véritablement active sur ce terrain. À l'instar de ce que nous apprennent les résultats de l'enquête de Caroline Lancelot Miltgen [09] sur la collecte de données clients, les usagers de Facebook sont bien plus prompts à dire qu'à faire. Le

⁸ L'érosion du sentiment de vie privée et l'exposition de soi sur internet plongent le droit dans une impasse et tendent à paralyser l'action du législateur. Si le droit cherche tant bien que mal à s'adapter à ces évolutions pour garantir une protection suffisante de la vie privée des individus numérisés (condition de collecte, de stockage et de conservation des données personnelles), il ne peut infléchir leurs pratiques, ni déterminer à leur place où se situe leur intérêt, ni les défendre « contre » eux-mêmes lorsqu'ils réclament le droit de s'exposer.

paradoxe de la vie privée s'exprime à travers ce décalage entre les déclarations et les pratiques.

Protéger sa vie privée suppose un coût : le temps d'information sur la *Privacy policy* et de paramétrage des critères de confidentialité et des outils de sécurité adéquats [Rochelandet, 10]. Par contre ses bénéfices ne sont pas directement visibles et ne peuvent s'éprouver que dans le long terme. S'il ne faut bien entendu pas surestimer la dimension rationnelle des comportements individuels, les discours autant que les pratiques montrent que l'attention portée à la défense de sa vie privée ne pèse pas lourd dans la balance face au confort et aux « avantages » relationnels que l'usage d'une plateforme telle que Facebook semble procurer à ses membres. Bien qu'on puisse s'étonner du caractère dérisoire de la « récompense » offerte (l'accès à une plateforme et à des services relationnels) en contrepartie d'une surexposition qui comporte des dangers identitaires majeurs, il demeure que, dans les faits, les usagers de Facebook cèdent bien souvent sur leurs exigences en matière de vie privée. Alors qu'en apparence du moins, plusieurs libertés entrent en concurrence, la liberté de s'exposer et d'attendre en retour que les autres en fassent autant, tend à l'emporter. Aussi, même lorsqu'ils sont mieux informés et conscients des risques réels, il est bien difficile d'être « *confiant dans la capacité des individus à prendre les décisions conformes à leurs intérêts en matière de vie privée* » [Rochelandet, 10]. Le paradoxe de la vie privée atteint ici son faite.

Il est fréquent de constater chez les usagers de Facebook une sous-évaluation des risques cumulatifs liés à la diffusion d'informations sur internet. Si chaque information, considérée séparément, ne représente qu'un risque limité, la collecte et l'analyse de toutes les informations personnelles laissées volontairement ou non sur Internet permet de construire une représentation assez précise d'un individu et d'en dresser le « double numérique », ensemble cohérent de données dont la centralisation et l'exploitation comportent des risques importants. Pour bien saisir l'ampleur de ces risques, il n'est pas inutile de rappeler, à partir des travaux de Danah Boyd, les principales caractéristiques de l'information à l'ère numérique, et des risques qui lui sont afférents [Boyd, 10]. Tout d'abord, l'information est permanente (*persistance*). Son accès aussi, ce qui obère radicalement le droit à l'oubli autrefois garanti par les limites de la mémoire humaine. Comme tout acte de communication numérique est « écrit », le *hic* et le *nunc* de l'interaction disparaît. La « persistance documentaire » implique que ce que je dis de moi aujourd'hui reste accessible demain [Ertzscheid, 09]. Cette persistance peut produire un effet de rigidification (de l'image de soi, de ses croyances...) qui enferme et ferme le champ des possibles [Rouvroy, 10]. Les traces des actes de communication laissées permettent la « redocumentarisation », c'est-à-dire la possibilité de commenter, de ré-indexer, de re-compiler des informations en les détachant du contexte initial de leur production et de leur mise en circulation. Il faut également noter que la puissance des algorithmes des moteurs de recherche et l'existence de moteurs spécialisés dans la recherche de personnes (123People, Cvgadget, etc.) facilitent grandement l'accès aux informations personnelles présentes sur le net (*searchability*). Nul besoin de compétences documentaires particulières pour engager une « fouille identitaire » relativement complète sur quelqu'un. Le portrait de Marc L. publié par le magazine *Le Tigre* début 2009 illustre bien cette facilité déconcertante avec laquelle il est possible de tirer le portrait Google d'un inconnu et de pénétrer sa vie⁹. En outre, la reproduction de toutes ces informations collectées aisément n'est pas moins simple. La reproductibilité à l'infini (*replicability*) autorise la dissémination de ces informations et entraîne une perte de contrôle quant à l'échelle de la diffusion, et quant au nombre et à l'identité de leurs destinataires. L'enquête révèle qu'il existe à ce sujet une réelle crainte qui se traduit par un sentiment d'impuissance. Les usagers de Facebook pointent également le phénomène de « contamination par le réseau ». Il est en effet souvent fait mention dans les entretiens du cas des photos publiées sur Facebook, sur lesquelles apparaît, sans qu'il l'ait voulu, quelqu'un dont le nom peut-être « tagué » pour faciliter la recherche.

9 <http://www.le-tigre.net/Marc-L.html>.

De la *digital literacy* au management de sa *e-reputation*

L'évolution des pratiques de socialisation et des moeurs numériques inquiètent les défenseurs de la vie privée qui militent pour une véritable éducation numérique comme réponse au démantèlement du mur de la *privacy*. Partant du postulat que dans nos sociétés où l'on nous enjoint d'être visible en ligne, on ne peut pas ne pas laisser de traces, il ne s'agit pas d'encourager à la désertion des mondes numériques, mais bien plutôt de renforcer le volet « vie privée » de la lutte contre l'analphabétisme numérique. Pour vivre en citoyen libre et en consommateur averti, il faudrait, dans cette optique, pouvoir bénéficier d'une bonne information sur les risques et sur les techniques adéquates de protection. Un apprentissage des codes et des enjeux de la culture numérique (*digital literacy*) apparaît donc comme la condition nécessaire à l'autonomie des individus numérisés. Comme l'enquête le montre, les usagers des réseaux sociaux qui baignent dans une culture numérique peinent à identifier les risques et n'ont qu'une conscience diffuse des effets de l'inflation identitaire, de la multiplication de traces et de la dissémination des données personnelles. Dans les faits, il semble qu'ils ne portent qu'une attention oblique à ces questions alors que dans le même temps ils développent une intelligence certaine des nouvelles règles du jeu social, dans lequel être visible en ligne et utiliser les réseaux sociaux numériques représentent une véritable force ; et où, pour accroître cette force, chaque individu doit devenir un spécialiste de la gestion de son « double numérique ».

La bonne gestion de son identité numérique est donc un enjeu primordial. Sur ce terrain là, les étudiants en journalisme interrogés disposent d'un avantage certain. La plupart ont en effet bénéficié, au cours de leur formation, d'un enseignement spécifique sur la gestion de l'identité et de la réputation numérique. Invités à développer de véritables stratégies relationnelles en profitant des possibilités qu'offrent des outils du Web 2.0, ils apprennent que la visibilité en ligne est fondamentale dans leur vie professionnelle. Formés au *personal branding*, ils doivent faire de leur nom et de leur signature une marque, et doivent assurer la diffusion et la promotion de leur travaux en utilisant le potentiel des médias sociaux et outils du Web 2.0 (Twitter, Facebook, etc.). A l'instar de nombreux professionnels de la culture et de la communication, ces apprentis journalistes s'essaient à dompter les outils numériques et à poser des limites à leur visibilité pour améliorer leur réputation. Ils acquièrent ainsi de réelles compétences dans le domaine du marketing de soi et savent tirer parti de leur exposition en ligne. Toutefois, l'intérêt pour la question de leur *e-réputation*, compris dans le sens de la valorisation de soi, écrase bien souvent les problématiques liées à la protection de la vie privée. Il existe en effet une certaine méconnaissance du fonctionnement des outils qu'ils utilisent et des enjeux qui sous-tendent à la gestion de leur « double numérique ». Au sujet de l'usage de Facebook et bien qu'ils aient pris le soin de lire les clauses de confidentialité et d'avoir paramétré à plusieurs reprises l'outil, la confusion perdure. Ceux qui ne l'admettent pas directement sont trahis par leur discours. En effet, ils ne parviennent pas tous clairement à formuler ce qui de leur profil est public et ce qui ne l'est pas. En entretien, certains m'ont assuré que leur profil n'est pas public alors qu'après vérification le contraire s'avère vrai. On constate alors que comprendre les arcanes de la *privacy policy* de Facebook pour bien ajuster les paramètres de la vie privée relève de la gageure. En modifiant et en étoffant régulièrement ses critères de confidentialité, Facebook donne à penser à ses usagers qu'il augmente le niveau de sécurité global du site et protège ses utilisateurs. Mais il serait naïf de croire que cette stratégie vise à garantir leur autonomie. Pour Facebook qui cherche à obtenir de ses usagers le maximum d'information, cette stratégie vise plutôt à gagner ou à conserver la confiance de ses membres, d'une part, et à s'assurer sa propre protection, sur le plan juridique, contre d'éventuels mécontents, d'autre part. La partie du site dédiée au paramétrage du niveau confidentialité est une telle usine à gaz, qu'elle conduit à dissuader les utilisateurs de s'y intéresser. En orchestrant savamment le flou, Facebook s'efforce ainsi d'entretenir l'illusion que ses utilisateurs gardent le contrôle sur leur vie privée.

En guise de conclusion : exposition de soi et nouvelle fracture numérique

La *digital literacy* est primordiale pour dépasser le paradoxe de la vie privée et permettre au plus grand nombre de tendre à l'autonomie en contrôlant leur identité numérique. C'est par exemple la mission que s'est donnée, en France, la FING (Fédération Internet Nouvelle Génération), à travers son programme « Identités numériques ». Même si l'attachement à la vie privée se relâche, les besoins sont bien réels comme il a été dit en amont. Un besoin d'être un peu moins démunis face à la « digitalisation de la vie même » et à « l'inflation identitaire » qui en découle, pour paraphraser Antoinette Rouvroy. C'est ce qui explique le développement aujourd'hui d'un marché et d'une industrie de l'*e-reputation* qui intéressent les grandes entreprises soucieuses de leur capital-image, mais aussi les personnes désireuses d'améliorer leur réputation numérique ou bien de dissimuler un passé encombrant en payant pour nettoyer leur réputation¹⁰. L'*e-reputation* concerne tout le monde et le projet d'autonomie vaut pour tous. Toutefois, aujourd'hui, seule une élite consciente des risques numériques, mais aussi des bénéfices d'une meilleure gestion de son image et de sa réputation peut réellement profiter d'une telle éducation à la culture numérique. Il ne faut donc pas éluder les enjeux de pouvoir qui existent au sein une telle entreprise apparemment vertueuse. Dans une société aussi inégalitaire que la nôtre, comment en effet ne pas craindre que la *digital literacy* ne renforce les inégalités existantes en créant un monde numérique à deux vitesses. Dès lors que les compétences en matière de gestion de sa vie privée sont socialement déterminées et inégalement distribuées, des efforts considérables devraient être faits pour réduire les déséquilibres sociaux et lutter contre les injustices. Or le développement du marché de l'*e-reputation* destiné aux plus nantis précède la mise en place d'une véritable éducation populaire au numérique axée sur la vie privée et les dangers de son délitement. Pour grossir le trait, on peut dire qu'il se dessine une nouvelle fracture numérique clivant deux grandes catégories d'individus. D'un côté, ceux qui savent se montrer tout en se protégeant et qui font de leur exposition en ligne une force. De l'autre, les *digital naive*, qui ne peuvent que la subir. Nul doute que dans le monde de verre que souhaite construire Facebook, les gagnants sauront profiter de leur visibilité et pourront, le moment opportun, se retrancher derrière les murs numériques de la vie privée à l'instar de ces riches propriétaires qui se sentent protégés au sein des *gated community*, quartiers résidentiel fermés et sous contrôle.

Bibliographie

Allard L., « Express yourself 2.0 ! Blogs, podcasts, fansubbing, mashups... : de quelques agrégats technoculturels à l'âge de l'expressivisme généralisé », 2005, <http://culture20.typhon.net/?p=29>.

Ariés P., Duby G. (dir), *Histoire de la vie privée*, Seuil, 1985.

Boyd, D., *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*. PhD Dissertation. University of California-Berkeley, 2008.

Boyd D., Facebook's move ain't changes in privacy norms, 16 janvier 2010, http://www.zephorie.org/thoughts/archives/2010/01/16/facebooks_move.html.

Cardon D., « Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0 », *Réseaux*, n°152, 2008.

Cardon D., « Pourquoi sommes-nous si impudiques ? », *Actualité de la recherche en histoire visuelle*, 12 octobre 2008.

Cauquelin A., *L'exposition de soi. Du journal intime aux webcams*, Eshel, 2003.

Dejours C., *Travail, usure mentale*, Bayard, 2000.

¹⁰ « Les nettoyeurs du Net », Yves Eudes, *Le Monde*, 24-11-09.

- Ertzscheid O., « L'homme, un document comme les autres », *Hermès*, n°53, 2009.
- Foucault M., *Surveiller et punir*, Gallimard, 1975.
- Gerstlé J., « La communication et la dualité public/ privé », *Revue française de sciences politiques*, vol 37, n°5, 1987.
- Granjon F., (et ali), « Exposition de soi sur les SNS, Les déplacements numériques de l'impudeur », Actes du colloque Media09, Université Paul Cézanne, Aix-en-Provence, 16-17 décembre 2009.
- Hoggart R., *La culture du pauvre*, Minuit, 1970.
- Kerr I., Mann K., *Exploring equivoillance*, 2006 , http://www.anonequity.org/weblog/archives/2006/01/exploring_equiv_1.php.
- Kirpatrick M., Facebook's Zuckerberg says the age of privacy is over, 09-01-2010, http://www.readwriteweb.com/archives/facebooks_zuckerberg_says_the_age_of_privacy_is_ov.php
- Koskela H., « Webcams, TV shows and mobile phones: Empowering exhibitionism », *Surveillance & Society*, volume 2, numbers 2/3, 2004.
- Lasch C., *La culture du narcissisme*, Climats, 2001.
- Lancelot Miltgen C., « Enquête auprès des internautes : entre croire, dire et faire, » *Hermès*, n°53, 2009.
- Manach J.-M., « La vie privée, un problème de vieux cons ? », InternetActu, 17-03-2009.
- Mehl D., *La télévision de l'intimité*, Seuil, 1996.
- Rochalandet F., *Economie des données personnelles et de la vie privée*, La Découverte, 2010.
- Rouvroy A., « Réinventer l'art d'oublier et de se faire oublier dans la société de l'information? », in Lacours S.(dir), **La sécurité de l'individu numérisé, L'Harmattan, 2008.**
- Rouvroy A., Berns, T., « Détecter et prévenir: de la digitalisation des corps et de la docilité des normes », in Lebeer G. et Moriau J. (dir), *Entre souci de soi et action publique. Gouverner*, P.I.E. Peter Lang, 2010.
- Sennett R., *La tyrannie de l'intimité*, Seuil, 1995.
- Tisseron S., *L'intimité surexposée*, Ramsay, 2001.
- Vitalis A., *Informatique, pouvoirs et liberté*, Economica, 1981
- Vitalis A., « L'exposition de la vie privée dans les médias », Actes en ligne du Colloque Franco-Mexicain des Sciences de la communication, Mexico, Avril 2002.