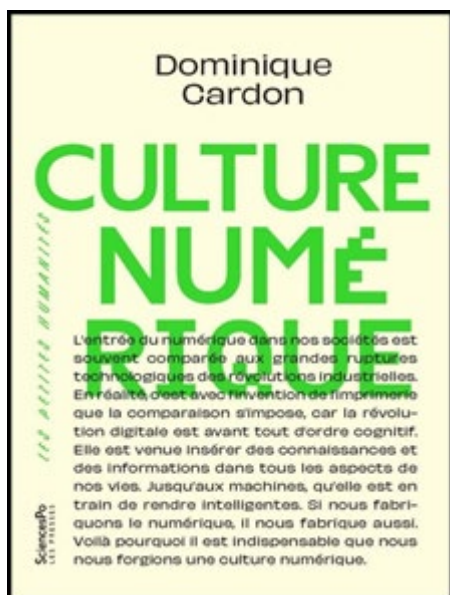


CULTURE NUMÉRIQUE

Dominique Cardon, 2019. Presses Sciences Po, 428 p.

Robin Botteau, Camille Garin, Pierre Joubert



L'ouvrage *Culture Numérique* a été écrit par Dominique CARDON, professeur de sociologie à Sciences Po Paris. Ses recherches portent notamment sur les transformations de l'espace public et les dynamiques expressives et relationnelles, l'analyse sociologique des algorithmes du web et des *big data*, ou encore les transformations de l'espace médiatique et les nouveaux circuits de l'information numérique. Il est l'auteur de plusieurs livres notables : *La Démocratie internet* et *Médiactivistes* en 2010 et [*A quoi rêvent les algorithmes : Nos vie à l'heure des big data*](#), et [*Où'est-ce que le digital labor ?*](#) en 2015.

L'ouvrage que nous présentons aujourd'hui est la retranscription d'un cours, qu'il dispense depuis de nombreuses années à ses étudiants.

Ce livre intervient dans le cadre d'une société où l'on remarque que le numérique prend une place de plus en plus importante. D'ailleurs Dominique CARDON le dit très bien : « *Nous entrons dans un monde nouveau que le numérique enrichit, transforme et surveille [...] car si nous fabriquons le numérique, le numérique nous fabrique aussi* » (p. 9). Il paraît donc nécessaire que chaque individu acquiert des compétences et connaissances dans ce domaine.

Pour cette synthèse, nous ne pouvons pas traiter de l'ensemble de l'ouvrage, qui totalise presque 400 pages et s'attache à un grand nombre de sujets, nous avons donc fait des choix.

Nous aborderons dans une première partie les différentes thématiques du livre, puis nous nous attacherons à la question des réseaux sociaux et de l'identité en ligne, enfin nous traiterons du renouvellement de l'espace public et de la démocratie à l'heure du numérique.

LES THEMES ABORDES PAR DOMINIQUE CARDON

Ce livre est basé sur trois idées principales énoncées par l'auteur dès l'introduction, à savoir « *l'augmentation du pouvoir des individus par le numérique* », « *l'apparition de formes collectives nouvelles et originales* », et enfin « *la redistribution du pouvoir et de la valeur* » (pp. 7-8).

Ces trois idées sont déclinées à travers six chapitres :

- « *Généalogie d'internet* »,
- « *Le web, un bien commun* »,
- « *Culture participative et réseaux sociaux* »,
- « *L'espace public numérique* »,
- « *L'économie des plateformes* »,
- « *Big data et algorithmes* ».

Comme nous ne pouvons pas tout synthétiser et que nous allons plus particulièrement regarder deux thèmes, nous avons choisi de tout de même offrir une rapide description de chacun des chapitres afin de montrer la richesse de l'ouvrage.

Ainsi, dans les deux premiers chapitres, « *Généalogie d'internet* » (pp. 15-76) et « *Le web, un bien commun* » (pp. 77-140), Dominique CARDON s'attache à retracer l'histoire de la création d'internet et du web. Cela lui permet entre autres d'expliquer quelles sont les différences entre les deux : alors qu'internet « *est un protocole [...] qui permet de mettre en communication des ordinateurs en utilisant différentes infrastructures de réseaux* » (p. 27), « *le web est un protocole de communication qui permet de relier entre elles des pages* » (p. 28). En faisant cet historique, il montre quels étaient les enjeux et les idéaux derrière la création de ces deux entités (la vision militaire vs. la vision libertariste), et comment cela a encore des impacts sur nos conceptions et utilisations actuelles.

Dans le deuxième chapitre, Dominique CARDON explique le principe des communs : « *le commun n'est ni un bien privé, c'est-à-dire la propriété exclusive d'un ou plusieurs détenteurs, ni un bien public gouverné par la puissance publique au nom de l'intérêt général.* » (p. 111).

Même si cette notion n'est pas nouvelle, le numérique l'a remise au premier plan avec par exemple les logiciels libres. Programmes dont le code source est public, ils invitent à la modification et permettent à chacun de développer ses propres idées à partir de ce que les autres internautes ont déjà créé. Cette « *intelligence collective* » qui permet aux communs d'exister est également capturée par le marché. C'est ce que l'on appelle l'économie de plateformes. Par exemple, sur un site comme Allociné les internautes vont écrire des critiques et discuter cinéma. Le site va trier ce contenu, l'ordonner pour le rendre attractif et ainsi en dégager de la valeur.

Les troisième et quatrième chapitres traitent des différentes problématiques liées aux réseaux sociaux dans le chapitre « *Culture participative et réseaux sociaux* » (pp. 141-214), et décrivent les nouveaux espaces d'information et de discussions créés par l'avènement du web dans le chapitre « *L'espace public numérique* » (pp. 215-290).

Le cinquième chapitre, « *L'économie des plateformes* » (pp. 291-350), a une dimension plus économique. Ici, Dominique CARDON s'intéresse aux bouleversements que le web a eu

sur les marchés financiers et l'économie, notamment en s'intéressant au pouvoir des GAFAM).

Enfin, le dernier chapitre, « *Big data et algorithmes* » (pp. 351-419), est consacré à l'analyse des algorithmes et de leurs impacts sur le quotidien.

RESEAUX SOCIAUX ET IDENTITE

Selon Dominique CARDON, « *les réseaux sociaux ne sont pas de simples espaces publics où les utilisateurs racontent leur vie à tout le monde* » (p. 161). Pour lui, ce sont des espaces qui, en fonction de leurs caractéristiques propres, encouragent les internautes à créer des représentations de leur identité en fonction des publics et des plateformes.

LES TRAITES DE L'IDENTITE EN LIGNE

Bien avant l'apparition des réseaux sociaux, dans les années 1970, le sociologue Erving GOFFMAN développait la notion d'identités, de *persona*, que nous affichons en fonction des personnes avec lesquelles on échange. Ainsi, selon lui, l'identité d'un individu se construit en surface, dans ses gestes et ses attitudes, par l'accumulation des multiples facettes qu'il présente aux autres en interagissant avec eux.

Dominique CARDON applique le même principe aux réseaux sociaux : notre identité n'est pas la même en fonction de ceux que nous utilisons. En effet, les individus et la façon d'interagir avec ceux-ci changent d'un réseau à l'autre. Par exemple, sur Twitter, on s'adresse aux personnes qui nous "suivent", on ne les connaît pas toutes, nos messages sont publics et peuvent être repris par le système de retweets, tandis que sur Snapchat les messages sont envoyés aux interlocuteurs choisis et sont supprimés après leur lecture.

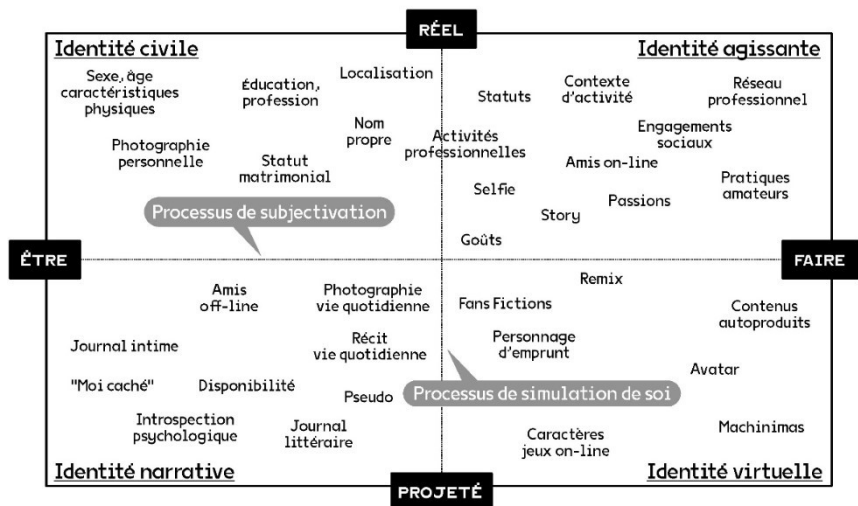
A travers ses travaux sur les réseaux sociaux, l'auteur fait trois constats :

Premièrement, « *l'exposition de soi en ligne est commandée par une attente : celle d'être reconnue par les autres* » (p. 178). L'internaute ne s'affiche pas par narcissisme pour obtenir un maximum de likes ou de commentaires, il expose sa vie privée pour être conforté dans son estime de soi, pour recevoir des signes positifs des autres.

Ainsi, second constat, les individus se comportent sur les réseaux sociaux presque comme dans la vraie vie. Certes l'anonymat contribue à désinhiber les comportements mais dans la majorité des cas « *les attitudes en ligne reflètent [...] ce que sont les internautes dans la vie réelle* » (p. 179).

Dernier constat, contrairement à la croyance populaire, Facebook ne connaît pas tout de nous. Le site n'a que les données que les utilisateurs veulent bien lui communiquer. « *Une enquête a, par exemple, montré que la tristesse, la mélancolie, la dépression et les pleurs n'étaient pas seulement des émotions sous-représentées sur les réseaux sociaux, mais aussi et surtout qu'elles y étaient taboues* » (p. 181). On ne donne à voir une certaine image de soi à ces sites. Il en va de même pour les données de géolocalisation que l'on partage : on ne les communique que dans les bars, les restaurants et les quartiers à la mode.

C'est ainsi une multitude de traits de notre identité que l'on choisit ou non de partager en ligne et l'auteur propose de les classer comme ceci :



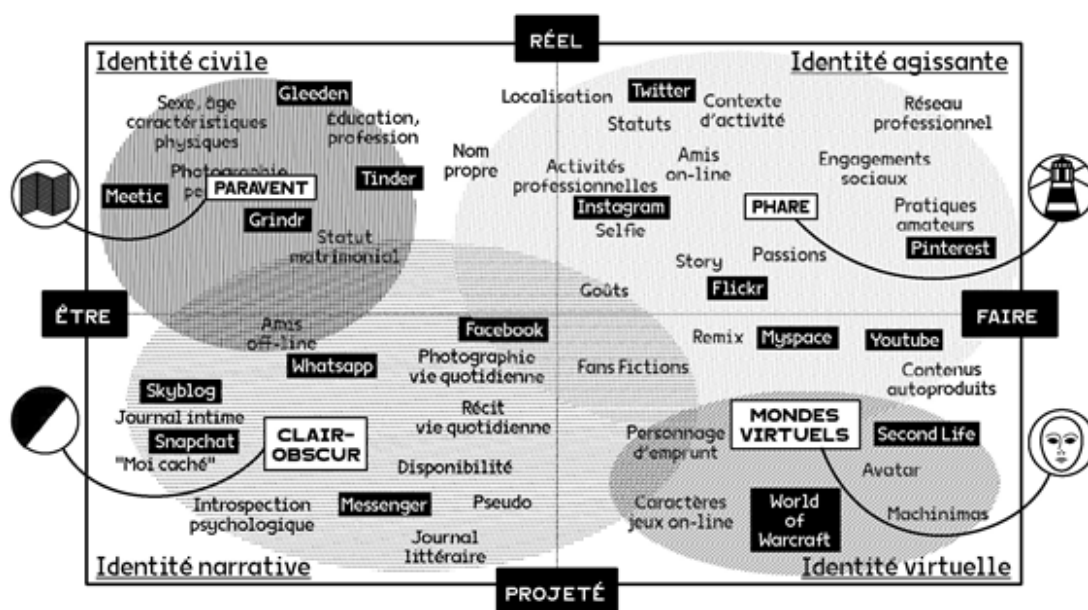
Les traits de l'identité en ligne – p.154

Ainsi, la première variable est celle de la « *subjectivation* », opposant « *l'être et le faire* », ici sur l'axe horizontal. Avec à gauche les éléments de notre identité qui sont fixes : le sexe, l'âge, les caractéristiques physiques, les caractères psychologiques profonds, et à droite « *ce que l'on fait* » : les textes que l'on met en ligne, les vidéos, les expériences que l'on choisit de partager, etc...

La deuxième variable, sur l'axe vertical, est celle que Dominique CARDON nomme la « *dynamique de réalisation de soi* » avec vers le haut notre identité « *réelle* », l'identité que nos proches connaissent et vers le bas notre identité projetée, l'identité que l'on essaye d'atteindre, que l'on désire. On met en avant ce que l'on veut valoriser de nous-même et la manière dont on aimerait apparaître aux autres. C'est par exemple le cas des jeux en ligne où l'on peut créer un avatar qui reflète les qualités que l'on désire.

LA CONSTRUCTION DES IDENTITES EN LIGNE

L'auteur propose ainsi de découper les réseaux sociaux en quatre grandes familles en fonction de la manière dont les utilisateurs y construisent leur identité :



Sur ce schéma situé page 157, on peut voir en haut à gauche les réseaux dits « **paravent** », constitués en majorité par les sites de rencontre. On y affiche son identité de manière très réaliste : apparence physique, âge, situation professionnelle. On choisit les individus avec lesquels on veut interagir en fonction de ces critères puis, si l'autre nous a également choisi, on peut discuter et échanger sur des caractères plus intimes.

Juste en dessous on trouve les réseaux dits « **clair-obscur** » comme Facebook ou Snapchat. Les utilisateurs racontent, narrent leurs journées, leurs vacances, exposent leurs sentiments. L'ingéniosité ici est que ces utilisateurs peuvent choisir de manière précise avec qui ils veulent partager ces informations. Ces plateformes permettent de choisir précisément qui voit vos publications, permettant aux individus de construire avec précision leur identité, choisissant exactement ce qu'ils veulent montrer aux uns et aux autres.

En haut à droite les réseaux « **phares** » comme Twitter ou Youtube. Ici les profils sont publics et accessibles à tous. Dans cette famille, on ne met pas en avant sa propre identité. Ce sont les contenus qui dominent : on partage des courts-métrages sur Youtube, de la musique sur Soundcloud. Les producteurs de contenu cherchent à augmenter leur visibilité et, contrairement aux autres groupes, ne contrôlent pas qui voit leurs publications. Les utilisateurs ne sont pas directement connectés les uns aux autres mais se rassemblent en fonction de leurs centres d'intérêts autour des producteurs de contenu. Il est cependant possible que le contenu puisse devenir l'individu lui-même. C'est par exemple le cas des VLOGs sur Youtube où l'individu va mettre en scène sa vie quotidienne.

La dernière famille est celle des « **mondes virtuels** » comme World of Warcraft. L'utilisateur façonne entièrement l'identité qu'il souhaite projeter à travers un avatar qui le représente. Les affinités entre les individus se construiront à partir de ces identités projetées et non pas par rapport aux identités « *réelles* ».

Cependant, malgré tout ce jeu de construction d'identité, les attitudes en ligne reflètent généralement ce que sont les individus dans la vie réelle. En ligne les différences socio-culturelles perdurent. Les classes sociales inférieures auront un carnet de contacts moins diversifié et leurs relations sociales seront plus réduites et plus locales. Les personnalités connues sur les réseaux sociaux seront donc souvent des individus issus des classes sociales supérieures, reprenant les mêmes schémas que dans la vie réelle.

L'auteur s'interroge également sur le fait que la mise en réseau soit un facteur de transformation des sociabilités (p. 173). Il répond en indiquant qu'aujourd'hui on dispose de suffisamment d'enquêtes pour dire que les réseaux sociaux ne modifient pas la structure des liens les plus forts : ceux avec la famille proche et les meilleurs amis restent les mêmes. En revanche, ces réseaux sociaux numériques augmentent légèrement les liens faibles : ils permettent de créer des relations à distance qui ne se concrétiseront jamais hors ligne.

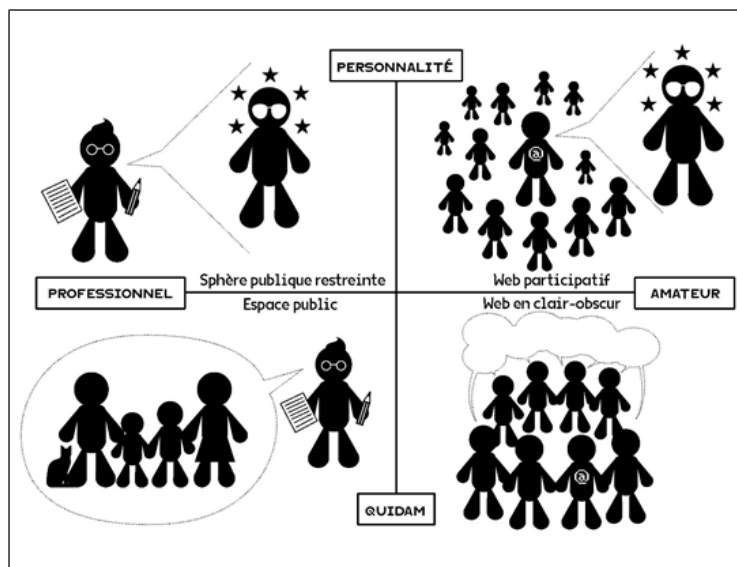
ESPACE PUBLIC ET DEMOCRATIE

Selon Dominique CARDON, l'une des modifications importantes apportées par le web concerne la possibilité d'élargir les possibilités de prise de parole et d'action des citoyens, ce qui entraîne le développement d'une nouvelle forme de démocratie : la société des connectés.

LE WEB A MODIFIÉ L'ESPACE PUBLIC TRADITIONNEL

Avant toute chose, l'auteur nous rappelle que l'espace public, qu'il soit traditionnel ou numérique, peut se définir comme étant « *le lieu où sont publiées les informations importantes qui concernent tous les citoyens* » (p. 146). Dans cet espace, « *ce sont le contenu de l'information et sa valeur pour la communauté qui imposent de lui donner de la visibilité* » (p.146).

Pour expliquer en quoi le web a modifié les paramètres de l'espace public (EP) traditionnel, Dominique CARDON utilise le schéma ci-dessous. La partie de gauche représente l'EP traditionnel et celle de droite l'EP sur le web. Selon l'auteur, il y a donc quatre configurations possibles de l'EP :



Quatre formes de prise de parole publique – p. 143

Pour comprendre les bouleversements apportés par le web, il faut bien délimiter à quoi correspond l'espace public traditionnel : c'est celui de la presse, de la radio et de la télévision. Dans la première configuration de l'espace public (la première case à gauche du schéma ci-dessus), les professionnels (c'est-à-dire les journalistes) s'adressent à la population pour leur parler de personnalités publiques, par exemple les articles de presse concernant les candidats à une élection présidentielle. La deuxième configuration de l'EP traditionnel est, au contraire, le lieu où les journalistes vont aborder des questions de la vie quotidienne telles que les faits divers. Ici, c'est donc des professionnels qui décident de quoi parler et quand le faire : « *les médias fabriquent l'agenda public* » (p. 145). Pour désigner ces professionnels, Dominique CARDON et le monde scientifique reprennent le terme employé par les sociologues américains : les « *gatekeepers* » (p. 145).

Le web va apporter la multiplication des possibilités de prises de parole : n'importe qui peut parler de n'importe quoi, n'importe quand. Dans la première forme de ce « nouvel » espace public (la case en haut à droite du schéma ci-dessus), des « *amateurs parlent*

publiquement de personnalités » (p. 147) : on peut par exemple penser aux nombreux blogs et pages Wikipédia sur des chanteurs, acteurs... ou aux blogs politiques. Dans la deuxième forme, c'est plutôt des individus qui discutent entre eux, sur des pages personnelles (cf. réseaux sociaux en clair-obscur), de leurs vies, de leurs goûts... c'est-à-dire de sujets de leur quotidien qui sont personnels : le meilleur exemple sont les pages Facebook.

Pour Dominique CARDON l'un des bouleversements les plus importants amenés par le web est la suppression des filtres éditoriaux. Cependant, cela ne veut pas dire pour autant qu'il n'y a pas de filtres. Pour lui, de nouveaux gatekeepers ont vu le jour.

APPARITION DE NOUVEAUX GATEKEEPERS

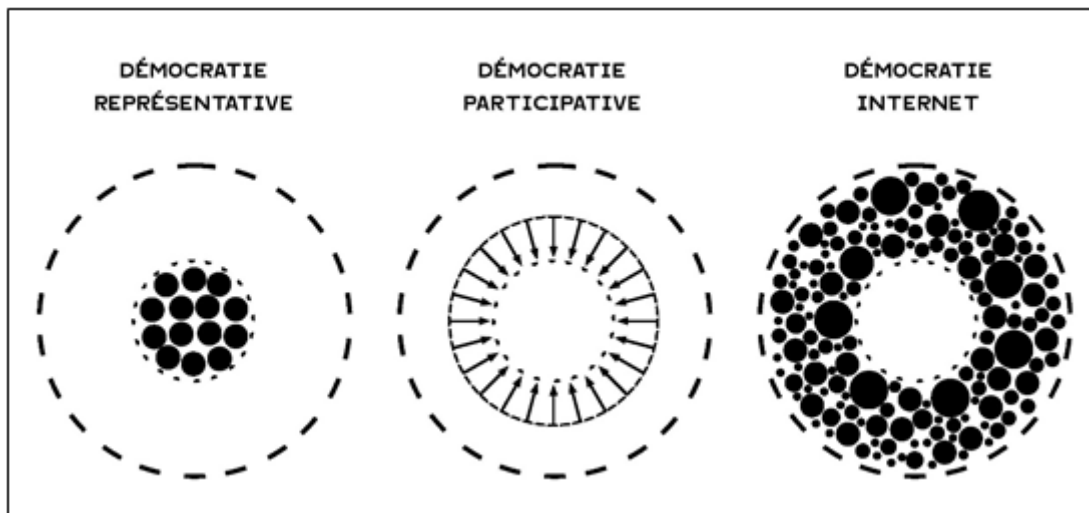
Dominique CARDON explique donc que tout ce qui est publié sur le web n'est pas forcément visible par tous les internautes. Il met alors deux éléments en avant : la loi de la puissance et les algorithmes.

La loi de la puissance est une « *[règle] de distribution [fondamentale] des mondes numériques* » (p. 148). Elle énonce qu'une infime partie des contenus publiés sur internet seront vus par les internautes : « *1% des contenus attire plus de 90% des internautes [et] 30% des contenus sont vus occasionnellement* » (p. 148). Cela signifie que ce n'est pas parce que quelque chose est publié sur un site, un blog, une page personnelle, etc., que cela est vu par des milliards d'internautes.

Cette loi de la puissance tient entre autres de l'intervention des algorithmes. Dominique CARDON parle de ces derniers comme des « *gatekeepers d'aujourd'hui* » (p. 149). Il les définit comme des « *techniques calculatoires* » permettant « *de transformer les données initiales en un résultat* » (p. 354). Ainsi, on consulte à peine 1% des contenus numériques disponibles car des algorithmes « *[classent], [filtrent] et [hiérarchisent] l'information* » (p. 356). Ce traitement des contenus se fait de diverses façons, et notamment par les actions même des internautes. C'est en retweetant, en likant, en partageant, en citant un site, etc., que les internautes disent que tel ou tel site est plus intéressant qu'un autre, et donc lui donnent plus de visibilité. Ainsi, d'une certaine manière, les nouveaux *gatekeepers* sont également les internautes.

APPARITION D'UNE NOUVELLE FORME DE DEMOCRATIE

En permettant à tous de s'exprimer, le web a également été à l'origine de l'apparition d'une troisième forme de démocratie. Selon Dominique CARDON, s'ajoute donc aux démocraties représentative et participative, la démocratie internet (ou la société des connectés).



Trois formes de démocratie – p. 221

Ici, les discussions se sont déplacées du centre de la société (démocratie représentative) à sa périphérie. Alors que dans la démocratie représentative les débats ont lieu au centre de la société (les points noirs que l'on peut voir au centre du premier schéma), dans la démocratie internet les débats et échanges ont lieux à la périphérie de la société (les points noirs se trouvant partout sauf au centre du troisième schéma). En outre, dans cette nouvelle forme, comme on a pu le dire précédemment, les médias ne choisissent plus de donner la parole à quelques individus particuliers, mais tous peuvent s'exprimer et donner leur opinion pour faire avancer le débat.

De cet espace d'échange décentralisé naissent donc de nouvelles formes de mobilisation, de nouveaux outils. On ne peut pas tous les citer, mais nous avons choisis de retenir un outil particulièrement développé par Dominique CARDON, les *civics tech*. L'objectif ici est d' *« utiliser les ressources du numériques pour transformer les règles du jeu politique ou pour intensifier les engagements dans le cadre des règles existantes »* (p. 277). Plus concrètement, ça va être des applications mobiles ou des sites ayant pour vocation d'avoir un impact sur les comportements des individus ou encore sur la démocratie même. On peut donner l'exemple de l'application "WAG" (We Act For Good), développé par WWF et qui aide les utilisateurs à adapter leur façon de vivre pour protéger l'environnement par de petites actions simples du quotidien.

Cependant, Dominique CARDON attire également notre attention sur le phénomène des *fake news* qui peut être un danger pour la démocratie. Les *fake news* sont de fausses informations, des rumeurs, qui sont publiées et diffusées sur le web, et peuvent parfois être relayés par des médias nationaux. Ainsi, il montre comment le web et internet peuvent être à la fois favorables et défavorables à la construction de la démocratie : tout dépend de ce que l'on en fait.

NOTRE AVIS

Nous avons trouvé cet ouvrage très pédagogique et clair, doté d'un grand nombre de références. Chaque chapitre peut être lu de manière isolée, en fonction des informations que l'on souhaite connaître. A la fin de chaque chapitre on trouve une liste de références pour pouvoir approfondir les sujets abordés. Il y a également de nombreux schémas et images tout au long de l'ouvrage qui permettent de mieux comprendre l'information et d'illustrer les exemples évoqués par l'auteur.

Ce livre est intéressant sur le fond notamment car il permet d'aborder internet et le web autant d'un point de vue historique, que sociologique, économique et politique. Cela nous fait découvrir de nombreux éléments sur un outil que nous utilisons tous les jours, comme par exemple les origines à la fois militaires et hippies de l'ordinateur. Nous avons également pris conscience de l'importance qu'a aujourd'hui le *digital labor* notamment avec le travail gratuit des internautes ou encore les travailleurs pauvres derrière l'intelligence artificielle.

La lecture de ce livre est précieuse pour de futurs professionnels de la communication, elle nous permet de mieux saisir le monde et la culture dans lesquelles nous évoluerons professionnellement. Plus particulièrement, la partie sur les publics et les réseaux sociaux, que nous avons évoquée plus haut, semble être une excellente ressource pour le futur communicant amené à interagir avec des publics via internet.

#CulturesNum est un programme réalisé par les étudiants du **Master Communication des Organisations de l'Université Bordeaux Montaigne** sous la direction d'**Aurélie Laborde**, en collaboration avec **UNITEC**. Depuis 2016, des ouvrages récents sur la société numérique sont synthétisés pour mieux appréhender les questions de fond pour notre société : big data, smart-cities, post humanisme, avenir du travail et de la consommation, etc...