



## Laurence Allard

Université Lille 3-GERICO  
FRANCE

## Frédéric Vandenberghe

Université pour les études humanistes, Utrecht  
PAYS-BAS

## L'invention de soi ?

### Étude de quelques usages expressifs d'Internet.

### L'exemple des Nets d'Or

#### NOTA BENE

---

**L'accès** aux textes des colloques panaméricain et 2001 Bogues est exclusivement réservé aux participants. Vous pouvez les consulter et les citer, en respectant les règles usuelles, mais non les reproduire. Le contenu des textes n'engage que la responsabilité de leur auteur, auteure.

**Access** to the Panamerican and 2001 Bugs' conferences' papers is strictly reserved to the participants. You can read and quote them, according to standard rules, but not reproduce them. The content of the texts engages the responsibility of their authors only.

**El acceso** a los textos de los encuentros panamericano y 2001 Efectos es exclusivamente reservado a los participantes. Pueden consultar y citarlos, respetando las pautas usuales, pero no reproducirlos. El contenido de los textos es unicamente responsabilidad del (de la) autor(a).

**O acesso** aos textos dos encontros panamericano e 2001 Bugs é exclusivamente reservado aos participantes. Podem consultar e cita-los, respeitando as regras usuais, mais não reproduzi-los. O conteúdo dos textos e soamente a responsabilidade do (da) autor(a).

Laurence Allard (Université Lille 3-GERICO, France) et Frédéric Vandenberghe (Université pour les études humanistes, Utrecht, Pays-Bas).

**L'invention de soi ?**  
**Etude de quelques usages expressifs d'Internet**  
**L'exemple des Nets d'Or.**

“Cent millions de pages perso et moi et moi...” Tel pourrait être le couplet parodique introductif de notre réflexion sur quelques usages expressifs d'Internet. Plus sérieusement, il est, en effet, remarquable que le dernier média du XXème siècle, Internet, se développe d'abord comme un moyen d'expression personnelle et que les home page, les sites de webcam etc. soient reconnus comme des formes culturelles authentiques nées des réseaux de communication informatisés<sup>1</sup>. Et pour tous ceux qu'intéressent notamment les pratiques artistiques amateurs audiovisuelles<sup>2</sup>, le fait qu'une grande partie de la création de contenus sur Internet émane de simples particuliers, amateurs en tout genre, bricolant depuis leur chez-soi des sites afin d'exprimer leurs propres goûts et passions mérite d'être documenté et questionné. Mais ces formes d'expression personnelles informatisées émergent alors même que jamais le champ d'expressivité individuelle n'a semblé aussi large et les moyens d'expression aussi variés. On peut ainsi remarquer dans différents domaines (littérature, cinéma...) une démultiplication de la forme autobiographique. Pour qualifier un mouvement dont Internet apparaît être l'aboutissement actuel en permettant « la mondialisation de

---

<sup>1</sup>S localiser ce mouvement par définition mondial a un sens, signalons pour information que le journal quotidien français, *Le monde* dans son supplément consacré aux nouvelles technologies du 11 oct.2000, comptabilisait environ 600 000 pages personnelles en France sur 6 millions de foyers connectés en France tandis que 5 millions en étaient déclarées hébergées par le site francophone Multimania, pionnier du point de vue de cette offre. Et parmi cet ensemble par définition singulier, on note une démultiplication des pratiques liées aux webcams, dont les ventes en France se sont accrues lors des fêtes de la fin de l'année 2000 (chiffres sont issus de l'article de "Webcam : des Loft story miniatures se jouaient déjà sur le Net" in *Le monde interactif*, 4 juillet 2001). Selon le cabinet d'études GFK, 250 000 webcams ont ainsi été vendues durant cette année 2000 tandis, à titre indicatif, que le site d'annuaire française de webcam, annucam.com, recensait un millier de sites.

<sup>2</sup>Cet article s'inscrit notamment dans la continuité de recherches menées sur les amateurs dans le domaine de l'audiovisuel puis des nouvelles technologies, cf notamment L.Allard, "L'amateur : une figure de la modernité esthétique" et "Espace public et sociabilité esthétique" in *Communications n°68. le cinéma en amateur*, le Seuil, 1999, Paris et "Cinéphiles à vos claviers. Réception, public et cinéma" in *Réseaux. Cinéma et réception*, vol.18, n°99, CNET/Hermès Science Publication, 2000.

n'importe quelle expression individuelle »<sup>3</sup>, a ainsi été avancée la notion « d'ère autobiographique ».

En nous centrant empiriquement sur une manifestation organisée par l'opérateur de télécommunications France Télécom, *Les Nets d'Or*, consistant à récompenser les « meilleurs sites et pages personnels », nous voudrions interroger les logiques sociales qui rendent possibles et pensables la floraison et la légitimation de telles formes culturelles auto-centrées participant de ce que nous nommerons une *self culture* ou *culture sur mesure*, formes typiques de « l'ère autobiographique » et qui nous semblent plus fondamentalement les indicateurs d'un *individualisme expressif* contemporain.

Ces usages expressifs d'Internet seront éclairés dans un premier temps suivant deux hypothèses le plus souvent avancées : les thèses de la privatisation de l'espace public culturel et celles des zélotes de « l'identité post-moderne ». Deux hypothèses dont nous pointerons les limites et les apories, tant au regard de l'occultation des conditions de possibilités économiques et techniques de tels usages expressifs d'Internet que de la surdétermination de la nature solipsiste de l'horizon culturel qu'ils mettraient en forme. En forme de réponse, nous proposerons une voie interprétative alternative renouant la problématique de l'espace public avec celle des modes d'expression de la subjectivité et de leurs validations sociales. Notre hypothèse, « néo-moderniste », est qu'il n'est pas nécessaire de rompre avec le modernisme pour saisir les nouvelles formes de l'identité contemporaine. Et tout en reconnaissant pleinement l'ambiguïté de la mise en scène virtuelle du moi, nous nous efforcerons de montrer que, chez les internautes, l'expressivité et l'universalité tendent à se rejoindre dans une recherche de soi qui est de nature réflexive. De même que l'anomie n'exclue pas l'autonomie, la recherche de soi n'exclue pas, mais inclue plutôt la recherche de l'autre.

### ***Les Nets d'Or : la culture sur mesure à l'oeuvre***

Parmi l'océan de propositions subjectives dispersées sur le réseau Internet, nous avons été notamment inspiré, dans la formulation de notre problématique, par le corpus de sites récompensés lors des trois dernières manifestations *Les Nets d'or*, événement créée en 1999, à l'initiative de l'opérateur de télécommunications privatisé, premier fournisseur d'accès français, France Télécom. Il s'agit, selon les termes des organisateurs, de « placer en pleine lumière » les pages personnelles, « tous les sites qui permettent aux Internaute de

---

<sup>3</sup> Philippe Lejeune, « L'ère autobiographique » in *La sphère de l'intime. Photographies et arts visuels*, catalogue du festival Le printemps de Cahors, Actes Sud, p.14, 1998, p.14

communiquer et de partager leurs passions sur le Net », sites « cachées dans l'ombre » et pourtant « force vive de l'Internet » en étant « informatives ou insolentes, sophistiquées ou plus discrètes, généralistes ou généreuses, pétillantes ou solidaires, souvent originales, toujours personnelles »<sup>4</sup>.

L'édition 2000 avait été annoncée par un encart publicitaire, représentant dans un décor de simili cérémonie des Oscars, une jeune femme blonde en tenue de soirée, sosie de miss Paltrow, la célèbre actrice américaine, tenant un trophée et ravalant ses larmes, avec pour slogan : « vous qui avez tant donné dans vos pages perso sur Internet, apprenez à recevoir. En mars 200, le 8<sup>ème</sup> art récompense vos passions »<sup>5</sup>. En s'affichant dans la lignée des cérémonies médiatiques de consécration artistique – « le 8<sup>ème</sup> art » - cette manifestation peut être considérée comme une instance de légitimation et de reconnaissance sociale des usages expressifs émanant des internautes ordinaires, instance totalement dépendante des acteurs industriels de l'offre en TIC (fournisseurs d'accès ou sites web, sociétés de matériel informatique...) <sup>6</sup>.

L'analyse d'un premier exemple, Net d'Argent de l'édition 2000, le site *James Bond 007*, va nous permettre de commencer à empiriciser la notion de *culture sur mesure*. Il s'agit d'une base de données issue d'un fan club, le Club James Bond 007. Des documents et informations, disponibles par ailleurs chez les collectionneurs privés ou dans des articles de presse, des ouvrages de photographies, des livres sur le cinéma, se trouvent rassemblés et mis en scène de façon inventive et variée : le style des génériques des films inspire un nouveau type de *flying logo* (un « 007 tournoyant »), les différentes photographies des interprètes de l'agent secret se trouvent mises en page dans différentes cibles tandis que l'interface de surface d'ensemble s'apparente à la maquette d'un quotidien (date de l'édition, rubriquage etc.). Son mode de « fabrication » s'apparente à une esthétique du kit ou du patchwork culturel. Des motifs, des images, des styles graphiques ou sonores, goûtés par les auteurs, qui sont donc aussi des spectateurs passionnés, sont recyclés, reformatés et réagencés suivant leur propre talent créatif cadrés par les standards de l'offre logicielle du multimédia domestique (logiciels de traitement d'image ou d'édition assistée par ordinateurs, espace-mémoire d'hébergement).

---

<sup>4</sup>Cf la présentation de l'événement sur le site qui lui est dédié : [www.netsdor.com](http://www.netsdor.com).

<sup>5</sup> Plus concrètement, les sites récompensés sont issus d'une sélection opérées par des jurys constitués dans les Directions Régionales de France Télécom après inscription volontaire des participants. Six catégories grand public sont ouvertes : Sports, Art et culture, Tourisme, les Insolites, Sciences et techniques, Loisirs et art de vivre. Les heureux gagnants se voient attribués, en plus d'un modeste trophée doré, un « ordinateur portable d'une valeur de 17 000 francs » tandis que les finalistes de la sélection locale reçoivent une webcam.

La réappropriation de genres culturels (films, jeux vidéo...) et de formats documentaires (journaux, album de photographies...) et leur reconfiguration par hybridation des formes textuelles propres au web (structuration hypertextuelle des données multimédia etc.) n'est pas seulement la manifestation d'une « réception productrice », suivant les termes de l'Esthétique de la réception de Hans Robert Jauss<sup>7</sup>. Ces pratiques manifestent, plus radicalement, une réversibilité systématisée des rôles entre auteur et lecteur-spectateur, en actualisant les thèses de Walter Benjamin énoncées en 1935 au sujet du cinéma<sup>8</sup>. Cette réversibilité produit un « court-circuit » de la différenciation, héritée de la modernité esthétique, des rôles culturels au profit d'une logique d'automédiation. Cette logique participe d'une réorganisation de l'espace public culturel autonome au profit d'une hypertrophie de la *sphère privée de la culture*, cet espace domestique devenu sous le règne des industries de la culture le principal lieu de consommation des biens culturels<sup>9</sup> et désormais de création ordinaire de home page par des spectateurs-auteurs.

Ainsi au sens où tout spectateur peut potentiellement devenir auteur et éditeur-diffuseur<sup>10</sup> d'un site dont il établit son propre modèle esthétique, les productions culturelles qui naissent de l'expression de soi, de la présentation de soi à travers ses goûts, ses passions sur le réseau de communication Internet, nous paraissent déployer ce que nous appellerons une *culture sur mesure* ou une *self culture*.

Devant ce régime d'auto-référence culturelle, on peut alors comprendre les craintes de Roger Chartier<sup>11</sup>. Suivant l'historien, la démultiplication des échanges grâce aux réseaux de

<sup>6</sup>A titre indicatif, les partenaires de la manifestation étaient en 2001 : Kodak, NRJ, Voilà, Alapage.com, Pages Jaunes, Compaq, Palais de la découverte, Sésam.

<sup>7</sup>Cf H.R Jauss, *Pour une esthétique de la réception*, Gallimard, 1978. Le moment de la « réception » d'une œuvre est qualifiée métaphoriquement de « productrice » car elle désigne, plus que la concrétisation du sens d'un texte, son appropriation par un spectateur, lecteur etc. se manifestant sous diverses modalités pratiques dans sa propre vie et par exemple la production en amateur d'un film, d'une photographie ou encore d'une page personnelle.

<sup>8</sup> Un exemple de « réversibilité des rôles » mentionné par Benjamin était la pratique du « typage » du réalisateur soviétique Eisenstein qui consistait à faire jouer leur propre rôle (ouvrier, marin etc.) aux personnes figurant dans un film. Cette problématique de la « réversibilité » et la politisation de l'art qu'elle promet sont énoncées dans toutes les versions de l'essai de Walter Benjamin, « L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique », dont la première de 1935 et la dernière de 1939 viennent d'être republiées in *Œuvres III*, Gallimard, 2000. Cf paragraphe XIII de la version de 1935 : « Chacun aujourd'hui peut légitimement revendiquer d'être filmé », p.95.

<sup>9</sup> Selon O.Donnat dans l'enquête nationale sur *Les pratiques culturelles des français* datant de 1997 (La documentation française, 1998) 43 heures hebdomadaires sont consacrées aux pratiques du « pôle audiovisuel domestique », de la télévision à l'ordinateur domestique en passant par la radio.

<sup>10</sup>Rendant par là même caduques les catégories « amateur » et « professionnel » qui structurent le champ culturel depuis son moment autonome et public. Les moteurs de recherche ne répertorient pas d'ailleurs les sites suivant cette distinction catégorielle.

<sup>11</sup>On évoquait ces revues scientifiques qui n'ont d'existence qu'électronique : finalement, ce sont les *mêmes personnes qui en sont les auteurs, les éditeurs, les diffuseurs et les lecteurs* (...). Se joue donc autour de la révolution du texte électronique soit un devenir qui pourrait être, je le souhaite - l'incarnation du projet des

communication n'engendre pas comme allant de soi leur universalisation mais peut consister en une juxtaposition d'identités singulières, un réseau de communautés cloisonnées au sein desquelles des individus-auteurs-éditeurs isolés ne partageront plus aucune référence commune. Se pose donc la question de la validité sociale et du désir d'universel, qui peut donner un sens au souci apparemment narcissique des internautes dans la mise en scène singulière, voire solipsiste, de leurs subjectivités.

### **La critique néo-conservatrice de la privatisation de l'espace public**

En se posant de telles questions, on rencontre d'abord les craintes des « néo-conservateurs » quant au brouillage des frontières du privé et du public, ainsi que celles de la réalité et du virtuel. Ces craintes, qui s'expriment depuis au moins trente ans dans des formules suggestives, telles que la "chute de l'homme public" (Senett), la "culture du narcissisme" (Lash) ou la "culture post-ascétique" (Bell), ont été formulées à l'origine par Daniel Bell, David Riesmann, Richard Sennett, Philip Rieff ou Christopher Lash<sup>12</sup>.

Pour bien comprendre les diverses formulations de la thèse de la privatisation de la sphère publique, partons de l'idéaltype normatif de l'*Öffentlichkeit* du 18ème siècle, telle que Habermas l'a présenté dans sa thèse d'habilitation à partir d'une lecture politique de Kant<sup>13</sup>. En tant que sphère politique où les personnes privées se rassemblent en formant un public et en faisant usage de leur raison, l'espace public est d'emblée conçu par Kant et Habermas comme un tribunal de la raison devant lequel le pouvoir doit se légitimer et se soumettre à la volonté populaire éclairée qui se forme de façon discursive dans les discussions politiques qui ont lieu dans les salons, la presse et le parlement. De façon contrefactuelle, Habermas présuppose dans son modèle que les membres de l'espace public sont autonomes et majeurs, qu'ils raisonnent rationnellement et ne se laissent pas emporter par leurs émotions, mais uniquement par la force des arguments. A la différence des membres d'un talk show télévisé, les participants au débat public ne cherchent pas la popularité et la célébrité, mais la vérité, et c'est bien elle qu'ils avancent de façon polémique contre l'autorité usurpée du pouvoir : *Veritas non auctoritas facit legem*.

---

Lumières, soit un futur fait de *cloisonnements et de solipsismes*», Chartier R., *Le livre en révolutions*, Textuel, Paris, 1997, p.146.

<sup>12</sup> Cf. Riesman D, *The Lonely Crowd*, Yale University Press, New Haven; 1950 ; Rieff P., *The Triumph of the Therapeutic*, Penguin, Harmondsworth, 1973 ; Bell D, *The Cultural Contradictions of Capitalism*, Basic Books, New York, 1976 ; Sennett R.: *The Fall of Public Man*, CUP, Cambridge, 1977 ; Lash C., *The Culture of Narcissism : American Life in an Age of Diminishing Expectations*, Norton, New York, 1978.

Habermas exagère sans doute la qualité des débats de la sphère publique du 18ème et du 19ème siècle. Il ne questionne pas vraiment la qualité des intervenants, mais en accord avec l'anthropologie des Lumières, il conçoit d'emblée l'homme comme un être rationnel. C'est sur ce point que les «néo-conservateurs» interviendront. Constatant que l'éthique puritaine qui sous-tend l'idéaltype est en perte de vitesse depuis les années 60 et 70, ils en concluent que l'homme autonome des Lumières est en train de disparaître comme une figure dans le sable. Aussi bien dans les produits de la haute culture que dans la conscience populaire, l'accent s'est rapidement déplacé du pôle de la raison, du contrôle de soi, de l'éthique et de l'universalité vers le pôle de l'émotion, de la spontanéité, de l'esthétique et de la particularité. Que le nouvel homme soit décrit et décrié comme "homme psy" (Rieff), comme "personnalité narcissique" (Lash), les auteurs semblent bien s'accorder sur ses traits communs: "auto-absorption et égocentrisme, besoin impérieux de reconnaissance et de possession se déguisant sous la forme superficielle du spectacle de l'être ensemble, dépendance de l'estime de soi de l'approbation extérieure et un affaiblissement général du contrôle moral intériorisé"<sup>14</sup>.

Inspiré par la théorie tocquevillienne de la tyrannie douce et bienveillante de la démocratie, Richard Sennett relie dans *The Fall of Public Man* le privatisme et le narcissisme des citoyens à la déchéance de la sphère publique. En accordant la priorité à l'intimité sur la publicité, les citoyens se replient sur les groupes de la sociabilité première et se désintéressent de la politique. Dès lors que la publicité se renverse en « publicité de soi », le constat critique dressé depuis cette perspective « néo-conservatrice » se laisse clairement énoncer : l'expressivisme est un privatisme ; l'hypertrophie de l'expression personnelle et la mise en représentation de soi vont de pair avec l'atrophie de l'expression publique et de la représentation politique.

### **L'exaltation post-moderne de l'identité plurielle.**

Si les vieux néoconservateurs des années 60 et 70 regrettent l'implosion de la personnalité forte et autonome, les jeunes conservateurs des années 80 et 90, plus connus sous la dénomination de « post-modernes », s'en rejouissent en revanche. Dans la perspective des joyeux déçus des grands discours de l'émancipation, la libération dionysiaque du sujet des

---

<sup>13</sup> Cf. Habermas J., *L'espace public. Archéologie de l'espace public comme dimension constitutive de la société*, Payot, Paris, 1978.

<sup>14</sup> Ferrara A., *Modernity and Authenticity*, Suny, Albany, 1993, p. 9.

contraintes moralisatrices et normalisatrices apparaît effectivement comme une libération de l'individualisation répressive qui caractérise la modernité. Tout en s'inspirant librement des "maîtres du soupçon", notamment de Nietzsche qui identifie la morale conventionnelle à une morale d'esclave et de Freud qui fait remonter le malaise de la civilisation à la répression inévitable des pulsions, ils en appellent à une libération sauvage des pulsions libidineuses et saluent l'irrationnel comme l'Autre de la raison. Ce qui est invariablement valorisé et interprété comme une promesse de bonheur, c'est le fragment et la différence, l'élément récalcitrant qui échappe au système et ne se laisse pas subsumer par lui ou totaliser par la pensée ensembliste-identitaire dans une unité. Toujours ajournée, cette unité est désormais considérée comme un "signifiant vide": impossible, l'unité est en même temps exigée par le sujet<sup>15</sup>. En ce sens, l'unité est présente dans le sujet comme ce qui en est absent, comme un manque constitutif qui force constamment le sujet à être plus et autre chose que lui-même. Qu'il s'agisse de la critique lyotardienne du consensualisme ou celle, derridienne, du logophallocentrisme, que la critique s'exprime au nom du "différend" ou de la "différance"<sup>16</sup>, c'est toujours les conditions d'impossibilité de la totalité, de l'unité et de la rationalité qui sont accentuées au profit de la pluralité foisonnante et arborescente. Qu'il s'agisse de la défense charnelle des pulsions vitales du corps ou du panégyrique des "machines désirantes" qu'on retrouve chez Foucault, Deleuze et Guattari, pour ne pas mentionner le vitalisme orgiastique profondément régressif d'un Maffesoli, il semble bien que les penseurs « à la mode » pensent comme Pascal que le moi est haïssable et qu'il faut, une fois pour toutes, se défaire du mythe d'un moi totalisant et totalitaire, car unitaire et répressif, au profit d'un moi schizoïde, occasionnel et pluriel.

Rejetant la notion essentialiste et rationaliste de l'identité moderne, les post-modernes adoptent une posture "constructiviste" et soutiennent qu'il y a autant d'identités ou de « positions de sujets » symboliques que de sujets, voire plus, qui "interpellent" l'individu de tous côtés et le somment à devenir ce qu'il est: un sujet décentré et fragmenté, sans affects et sans profondeur, un sujet superficiel et de surface, stylé et stylisé, toujours en représentation, variable selon les occasions, sorte de pastiche et de collage, simulant un moi qui n'est plus et qu'il peut donc être qui peut donc être ce qu'on veut qu'il soit<sup>17</sup>. Glissant ainsi du sujet au *subjectum* et de la personne au personnage ou au masque, le sujet post-moderne est schizoïde

---

<sup>15</sup> Laclau E., *La guerre des identités. Grammaire de l'émancipation*, La Découverte, Paris, 2000.

<sup>16</sup> Cf. Lyotard J.F., *Le différend*, Minuit, Paris, 1983 et Derrida, J.: *Marges de la philosophie*, Minuit, Paris, 1972.

<sup>17</sup> Cf. Jameson F., *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Verso, Londres, 1991, chapitre 1.

et nomadique. Fragmenté et dispersé, il n'est plus un, mais plusieurs, plus un "individu", mais un "dividu", pour parler comme Deleuze.

Si les « néo-conservateurs » considéraient que la recherche d'une identité stable et substantielle constituait encore un enjeu normatif pour le soi moderne, les post-modernes affirment quant à eux que l'identité est construite mais évanescence. "Elle devient un jeu librement choisi, une présentation théâtrale du moi, dans laquelle chacun est capable de se présenter dans une variété de rôles, d'images et d'activités et nul n'est concerné par les déplacements, les transformations et les changements dramatiques"<sup>18</sup>. Une analyse sommaire des home page suffirait pour confirmer ce constat, mais lorsqu'il s'agit des nouvelles technologies de l'information, les postmodernistes radicalisent leur constructivisme et finissent par rejoindre les positions les plus extrêmes des post-humanistes comme Baudrillard, Butler, Haraway et Latour, pour ne pas mentionner leurs épigones qui insistent sur les prothèses, les opérations et autres interventions technologiques qui font de l'homme (au mieux) une femme ou (au pire) autre chose qu'un homme<sup>19</sup>.

A l'instar de la pensée post-moderne, la pensée post-humaniste se veut affirmative. Au lieu de nier dialectiquement la négativité dans une positivité, les post-istes prennent congé des vieilles notions humanistes, telles que l'aliénation et la réification, et affirment nietzschéennement la négativité de la déshumanisation comme une positivité. N'étant pas une donnée anthropologique, ils considèrent l'homme comme un arrivant. L'homme n'est pas une essence, n'a pas une essence. En paraphrasant la phrase la plus célèbre de Simone de Beauvoir, on pourrait dire avec eux que l'Homme n'est pas, mais qu'il le devient. Et ce notamment grâce à la technologie.

### **La part de la technique dans le mouvement post-humaniste**

Pour bien comprendre le rôle de la technologie dans la fabrication de l'homme, il faut rapidement passer par la paléo-anthropologie de Leroi-Gourhan, car c'est bien elle qui forme l'arrière-plan et l'arrière fond du post-humanisme contemporain<sup>20</sup>. Bien que Leroi-Gourhan ne cache pas qu'il craint pour l'avenir de l'homme, son analyse du processus d'hominisation nous

---

<sup>18</sup> Kellner D., "Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities", dans Lash, S. et Friedman, J. (eds.), *Modernity and Identity*, Blackwell, Oxford, 1992, p. 157-158.

<sup>19</sup> Cf. Baudrillard J., *L'échange symbolique et la mort*, Gallimard, Paris, 1976; Latour B., *Nous n'avons jamais été modernes*. Essai d'anthropologie symétrique La Découverte, Paris, 1991; Butler J., *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*, Routledge, Londres, 1989 ; Haraway D., *Simians, Cyborgs and Women : The Reinvention of Nature*, Routledge, Londres, 1991.

fait comprendre l'inversion typique du discours des humanistes : l'homme fait la technique, dit l'humaniste, mais le post-humaniste précise en ajoutant que la technique fait l'homme et que ce qu'il est dépend précisément de l'extériorisation de ses facultés dans des institutions, des organisations et des technologies qui le façonnent comme autant de prothèses.

Dans cette perspective post-humaniste, les ordinateurs apparaissent comme la dernière forme d'extériorisation du cerveau de l'homme par le truchement duquel les esprits sont enfin interconnectés dans un "collectif pensant"<sup>21</sup>. Pierre Lévy, l'apôtre de l'internet qui voit dans l'interconnexion virtuelle des esprits la réalisation de la noösphère de Teilhard de Chardin, est enthousiaste : "Grâce à cette matérialisation, le privé devient public, partagé. [...] Mais par une sorte de spirale dialectique, l'extériorité technique ne prend souvent son efficacité que d'être internalisée en retour. [...] Et comme l'extériorité technique est publique ou partageable, elle contribue en retour à forger de la subjectivité collective".<sup>22</sup> En tant que organisme cybernétique (cyborg), la nouvelle humanité se présente comme une sorte d'homme-machine à grande échelle qui brouille toutes les oppositions: non seulement celle du sujet et de l'objet, de la matière et de l'esprit, de l'homme et de la chose, mais aussi celle du privé et du public. Là où les «néo-conservateurs» se posaient des questions à propos de la privatisation de la sphère publique et les post-modernes célébraient la mort du sujet, les post-humanistes nous présentent une vision de l'homme bien plus angoissante: non seulement il n'y a plus de sphère publique, mais il n'y a plus de sujet non plus, car enfin séparé de son corps, il se branche tout de suite sur l'intelligence collective, se collectivise et perd sa subjectivité.

### **Contextes de l'*individualisme expressif* : marché des technologies de la figuration de soi et politiques culturelles du public-acteur.**

Récusant toute forme de pensée systématique car potentiellement totalitaire, le post-modernisme est une pensée résolument anti-sociologique et si certains essayistes post-modernes ont bien saisi les transformations contemporaines de l'identité, en récusant toute pensée systématique (sociologie...), ils ont néanmoins négligé l'analyse des conditions de possibilité économique, technologique et politique de cet *individualisme expressif* contemporain.

---

<sup>20</sup> Leroi-Gourhan A., *Le geste et la parole*. Tome 1: *Technique et langage* et surtout tome 2: *La mémoire et les rythmes*, Albin Michel, Paris, 1964.

<sup>21</sup> Pour une introduction critique à l'hyperpensée de Lévy, cf. Vandenberghe, F. : « From Media to Mediation Studies. An Introduction to the Work of Régis Debray and Pierre Lévy », CRICT discussion papers, series 2, number 1, 2001.

Il faut commencer par noter qu'au moment même où certains analystes de la condition post-moderne érigent « l'invention de soi » comme norme sociale dominante de la quête identitaire contemporaine, les techno-industriels et les politiques engagés dans l'édification d'une Société de l'information vendent de leur côté sans ambages Internet comme un moyen d'expression et de création personnelle pour les usagers ordinaires des TIC<sup>23</sup>.

Une première forme de réponse aux hypothèses post-modernes et à leur célébration d'une identité sans entraves advient par la prise en compte, à un niveau quasi matériel, des dispositifs techniques de la « figuration de soi » (Paul Ricoeur), que les acteurs industriels proposent aux internautes<sup>24</sup>. Si l'on considère les auto-représentations à l'œuvre dans les pages personnelles comme des lieux de production sociale des identités personnelles, les technologies informatisées rendant possible ce travail de configuration d'une identité de réseau, représentent un véritable marché pour les fournisseurs d'accès et autres techno-industriels. S'opère ainsi une mise en marché de l'expression individuelle, dont témoigne la rhétorique publicitaire de ce site d'hébergement de pages personnelles : « Mon mix (photographie d'un D.J). Ma page perso (suivi d'une photographie d'une page écran avec un gros plan de la photographie précédente). Révèle ton talent avec T... Crée en 1 minute ta propre page perso pour parler de toi, de tes passions, et dispose de 12 Mo pour l'héberger. T..., c'est facile, rapide et gratuit. Express yourself »<sup>25</sup>. Sans aucun doute dans le cadre de ce marché des outils du multimédia domestique soit favorisée une standardisation des formes d'expression, notamment dans la mise en page suivant les *frames* des logiciels auteurs défalquant la structuration en rubriques des écrits de presse mais à travers la diffusion de « sites-modèles » par les fournisseurs d'accès.

---

<sup>22</sup> Lévy P, *Qu'est-ce que le virtuel?*, La Découverte, Paris, 1998, p. 72.

<sup>23</sup> On peut élargir plus encore ce rapprochement en remarquant que les discours des zélotes du post-modernisme philosophique et du post-humanisme qui saluent l'avènement d'un moi schizoïde, décentré et fragmenté, faible, mais libre et ouvert à toutes les sollicitations sont en phase plus généralement avec le "nouvel esprit du capitalisme", celui qui prône la flexibilité et la créativité. Cela peut paraître paradoxal à première vue. Et pourtant, si la critique conservatrice des années 60 dénonçait le tournant culturel de la société au nom de l'économie et des anciennes valeurs, on peut faire remarquer que la critique radicale des années 80 se détourne de l'économie et, au moment même où la politique déplace les questions de la distribution matérielle vers celle de l'identité culturelle, elle s'occupe de plus en plus de la culture, de l'identité et de la différence, ce qui suggère que la politique de la culturalisation post-moderne pourrait bien être une conséquence de la culturalisation de la politique et de l'économie. cf à ce sujet, Boltanski, L. et Chiapello, E, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, Paris, 1999 et Ray L. et Sayer A. (eds.), *Culture and Economy after the Cultural Turn*, Sage, Londres, 1999.

<sup>24</sup> A titre documentaire, l'abonnement proposé par Wanadoo.fr (France Télécom) pour un accès Internet comporte automatiquement un espace d'hébergement (100 Mo), le logiciel de création de site Dreamweaver 2 et surtout des modèles de sites « à mettre à ses couleurs ». D'autres moyens techniques sont mis à disposition pour nourrir les sites personnels, tels que des banques d'images gratuites, des « dossiers » divers (sons, interviews, sondages etc.) ou un moteur de recherche personnalisé. Enfin, l'argumentaire de l'offre technique à destination des créateurs de pages personnelles « novices » ou des « confirmés » insiste sur leur visibilité et leur reconnaissance à travers le recensement dans l'annuaire puis la sélection mensuelle des 10 pages « coups de cœur » (Top 10). France Télécom propose encore une « boutique des pages perso » permettant l'acquisition de logiciels ou de périphériques tels que Fontpage ou des webcams.

<sup>25</sup> Il s'agit d'une publicité pour Tripod (groupe Lycos).

Une deuxième forme de réponse cherchant à contextualiser plus finement cette « ère autobiographique » consiste à souligner le rôle des politiques culturelles dans la structuration de la sphère culturelle actuelle<sup>26</sup>.

Tout comme celui des discours publicitaires, le corpus des textes ministériels au sujet de l'Internet Culturel offre de nombreux exemples d'une rhétorique de légitimation des pratiques d'expression des usagers de l'offre technologique, notamment à travers l'accent mis sur la thématique de l'interactivité<sup>27</sup>. Les politiques culturelles françaises vis-à-vis des dites nouvelles technologies s'inscrivent dans une idéologie de « l'utilisateur actif » significativement contemporaines des mesures prises faveur de l'éducation artistique et des pratiques amateurs à la fin du XXème siècle par différents ministres de l'éducation (Allègre, Lang) ou de la culture (Trautmann...). L'utilisateur de technologies culturelles interactives, tels que les bornes interactives dans les musées ou les équipements informatiques dans les Espaces Culture multimédia, rejoint l'amateur qui pratique un art par un régime commun d'accès à la culture par la pratique, tous deux incarnant une figure respecifiée du public des politiques culturelles articulée dans ces jeux de langage ministériels : le public-acteur<sup>28</sup>.

---

<sup>26</sup> Certaines études portant sur des corpus plus vastes commencent à le confirmer, cf la recherche menée par V. Beaudoin, C. Licoppe et alli., « Tyweb : décrire la toile pour mieux comprendre les parcours » in *Actes du colloque e-usages*, ICUST, France Télécom-Adéra, Paris, 2001, comparant, au simple niveau sémantique (premiers mots et pronoms personnels), un corpus de pages personnelles de Wanadoo, Free, Multimania et Chez. A partir de cette comparaison, une conclusion plus exploratoire (mais pas totalement surprenante) est avancée : « Les pages personnelles visitées ont donc globalement des tonalités différentes selon leur serveur d'hébergement : le domaine, au sens de terroir, donne un style à ses habitants. Cela est à mettre en relation avec les caractéristiques de la clientèle de chaque hébergeur et/ou fournisseur d'accès, avec l'image que cherche à véhiculer l'hébergeur (campagnes de publicité, portail...) avec l'offre d'hébergement proposée, avec la manière dont sont référencées dans les annuaires les pages en question », p.501.

<sup>27</sup> Les home page, webcams et autres formes d'expression personnelle informatisées s'inventent donc dans un champ culturel au sein duquel la place des amateurs se trouve largement redéfinie, si l'on songe à la situation par exemple du cinéaste familial stigmatisé depuis les débuts des petites caméras par son « manque de professionnalisme ». Du point de vue quantitatif, on peut noter un accroissement significatif des activités artistiques amateurs puisqu'en 1996, 47% des français de plus de quinze ans déclarent avoir pratiqué la musique, le théâtre, la danse, les arts plastiques ou une activité d'écriture pendant leurs loisirs (Sources : *Les amateurs. Enquête sur les activités artistiques des Français*, La Documentation française). De même, les « pratiques artistiques amateurs informatiques » sont en plein essor. En 1999, 22% des utilisateurs d'ordinateurs ont des pratiques artistiques en amateur sur leur matériel ; 19% dessinent, 15% traitent du son et 6% de l'image (Sources : *Développement culturel*, n°130, oct.1999). Au-delà de ces tableaux statistiques, le sociologue Olivier Donnat dans la conclusion de son enquête, *Les pratiques culturelles des Français*. op.cité, constatant que « de plus en plus de Français, quel que soit leur âge, sont tentés d'aborder l'art par la pratique en amateur » émet l'hypothèse que les « pratiques amateur sont le siège de réels enjeux culturels puisque même sans grande valeur artistique, elles sont investies de fortes aspirations en matière d'expression de soi et de recherche d'authenticité et, à ce titre, porteuses d'identités personnelles ou collectives ». L'auteur articule explicitement un besoin d'expression de soi et de quête d'authenticité à un nouveau régime participatif d'accès à l'art et à la culture.

<sup>28</sup> Pour documenter brièvement cette thèse, citons rapidement des exemples ayant trait aux Espaces Culture Multimédia (ECM), principales réalisations de la « politique culturelle face à l'écran » initiée par une ancienne ministre de la culture, Madame Catherine Trautmann. La mission dévolue aux animateurs des ECM (une centaine depuis 1999) est de démocratiser l'accès de chacun aux technologies de l'information, de combattre « l'illectronisme » à travers des projets culturels inventés, en partie, par les usagers eux-mêmes. C'est en tout cas ce qu'avait déclaré, en 1999, l'ex- ministre devant les visiteurs et animateurs de ces Espaces Culture Multimédia

Dans les discours comme dans les dispositifs mis en œuvre, chaque membre du public est sommé de s'exprimer et ce faisant d'inventer l'Internet culturel. La prose ministérielle vient donc, de façon inédite depuis l'invention d'une politique culturelle gouvernementale, assimiler démocratisation culturelle et extension du champ d'expression et de création à toute la population.

A l'heure des technologies de communication interactives à destination d'un « usager actif », les opérateurs de l'offre culturelle semblent donc aménager toutes les conditions d'une reconnaissance de la capacité d'expressivité et de création légitime des acteurs sociaux. Ces dimensions institutionnelles, techniques et socio-économiques, qui mettent en forme la situation historique et locale dans laquelle s'accomplit la production de formes numériques d'expression de soi identitaires, ne peuvent être négligées.

### **Validité de la *culture sur mesure* : publicisation et authenticité.**

En restant sensible à la foncière ambivalence de cet *individualisme expressif* et de la *culture sur mesure* qu'il produit, contre les anciens « néo-conservateurs » et les nouveaux post-modernes, nous voudrions cependant montrer que les webpages ne relèvent pas simplement d'une privatisation de l'espace public, ni d'une mise en scène d'un moi schizoïde, ni d'une virtualisation solipsiste du monde. Alors même et précisément parce que nous partageons le souci des anciens « conservateurs » concernant la privatisation de l'espace public, nous nous efforcerons, d'une part, de documenter des formes de publicisation spécifique aux réseaux de communication informatisés ; et, d'autre part, tout en prenant congé de leur nostalgie pour le passé, nous n'insisterons pas tant sur la perte de l'ancienne identité, mais sur les nouvelles formes d'identité qui sont en train de naître et s'expriment sur les pages personnelles.

---

leur avouant : “ vous êtes en train d'inventer l'Internet culturel ” (propos de Catherine Trautmann recueilli dans la *Lettre d'information du Ministère de la culture et de la communication* du 17 février 1999). Selon l'Etat culturel français de l'époque, l'Internet culturel se résume aux internautes qui s'expriment. “ Qu'est-ce que l'Internet culturel ? Ce sont les internautes qui s'expriment ” déclarait ainsi Catherine Trautmann dans son discours *Bibliothèques et nouvelles technologies* (2 juillet 1998). On peut citer encore ce dernier extrait : “ La grande leçon de l'Internet ne réside pas dans la diffusion de tel ou tel produit ou telle plate-forme mais bien dans la mise en place d'un vaste champ d'expérimentation technologique et culturel qui a permis à la dynamique des usages de s'exprimer très librement ” (Discours au Métafort, 19 mai 1998). Les rapports ministériels évaluant une certaine orientation « usagiste » de la politique culturelle française en matière de créations de contenus numériques sont tout aussi éloquents. L'un des chapitres du document de 1998, *Observatoire d'analyse des réseaux*, Atelier Culture et Communication, Ministère de la Culture, intitulé “ Une aspiration : être actif ”, explique ainsi que “ l'utilisation d'Internet permet à chacun de faire des choix, d'être actif, de réaliser un projet ”. Ce rapport traite notamment d'expériences abritées par de futurs ECM (Friche de la Belle de Mai à Marseille etc.).

### *Formes de publicisation digitales*

En référence aux thèses bien connues d'Habermas, d'Ariès ou de Chartier autour d'une « révolution de la lecture (et de l'écriture) » du XVIIIème siècle, partie prenante de l'émergence du sujet moderne<sup>29</sup>, la « réversibilité des rôles culturels », le devenir-auteur de tout lecteur-spectateur dont témoigne l'éclosion de milliards de pages personnelles pourraient s'interpréter dans la continuité de ce moment de la modernité. Mais comme l'a remarqué Yves Jeanneret, « la capacité de conserver et dupliquer les documents donne aux écrits informatisés le statut d'objets médiatiques reproductibles et diffusés. Ceci n'a pas pour effet de supprimer toute distinction entre créateur et consommateur (auteur et lecteur par exemple), comme on le dit un peu vite ; mais cela facilite la publication de documents vers un public large »<sup>30</sup>. « L'ère autobiographique » doit donc se comprendre aussi comme une « d'ère de la publicisation généralisée ».

De fait, en reprenant des exemples dans notre corpus de référence, nombreux sont les auteurs qui explicitent leur intention sous cette problématique de la *publicisation*. L'un des gagnants de l'édition 2000, catégorie « Arts et culture », en page d'accueil de son site *Erotisme catholique*, présentant des photographies de la vie intime d'un couple d'espagnols au début du siècle retrouvées dans une brocante, thématise ainsi son désir de publication d'images dont il fût l'un des tous premiers spectateurs : « Le Net d'or 2000, plus haute récompense de l'Internet, a été décerné à ce sujet. Je tiens à remercier le jury. Au-delà de mon insignifiante personne et son naturel narcissisme, ce sont quelques photos superbes, inédites et publiées pour la première fois, qu'il récompense ».

L'auteur du site gagnant de l'édition 2001, catégorie « Arts et culture », *Les voyages imaginaires de Frank Dion. Illustrations, sculptures, infographies, animations, photographies, récits*, se composant de créations graphiques numériques illustrant différents écrits (journaux de voyage, extraits d'œuvres littéraires etc.) sur le thème du voyage, rappelle dans une page intitulée « Office du tourisme », comment son intention initiale de présenter ses

---

<sup>29</sup> « Discutée et discutable », la notion de « révolution de la lecture » vient néanmoins traduire les mutations importantes du Lire au siècle des Lumières. En accueillant des pratiques de lectures individualisées et silencieuses d'ouvrages qui parlent du et au for intérieur des nouveaux lecteurs (romans psychologiques de Richardson, œuvres de Jean-Jacques Rousseau) etc., la sphère privée est, au cours du XVIIIème, le lieu de constitution du sujet au sens moderne (autonomie, intériorité...) et ce faisant le premier espace de la *Publicité*. On parle de encore pour la même époque de « révolution de l'écriture » car ces pratiques de lecture sont nouées à des modes d'écriture autographe en plein essor (journaux intimes, confessions etc.), cf l'introduction de Philippe Ariès et les études du tome 3, dirigé par Roger Chartier, *Histoire de la vie privée. De la Renaissance aux Lumières*, sous la direction de Philippe Ariès et Georges Duby, Seuil, 1985.

travaux « au monde entier (hystérique exaltation que provoque le World Wide Web)», s'est transformée en « fonction récréative ». Il a alors conçu son site comme « un espace de liberté au sein duquel les visiteurs seront les bienvenus ».

Cette problématique de la *publicisation* ne peut être évoquée sans contradiction au sujet de ces pratiques développées au sein de la sphère privée par des spectateurs-auteurs que si l'on redéfinit tout espace public du point de vue des formes pratiques de la constitution et d'accomplissement de cet espace et non plus comme représentation concrète et unitaire, suivant les perspectives ouvertes par Louis Quéré<sup>31</sup>. En s'attachant aux modalités endogènes de constitution d'un espace de publicisation de formes d'expressions personnelles médiatisées par ordinateur, sans négliger les dimensions techniques mais aussi politiques et économiques mentionnées plus haut, se pose alors la question de leur validation sociale et par conséquent la place d'Autrui dans la *culture sur mesure*.

Comme le documente la présence de liens vers des chats ou autres forums de discussion sur le site *James Bond 007* ou d'un livre d'or « altruiste » dans *Voyages imaginaires*, proposant des liens vers des sites appréciés par l'auteur (« Liens vers d'autres voyages »), le réseau Internet constitue un espace de publicisation où une « identité de liens »<sup>32</sup> se construit à travers la page web, où se réalise une « figuration de soi » dans le cadre d'un espace de communication intersubjectif médiatisé. La publicisation des pages personnelles sur Internet opère la ratification publique d'une « identité narrative »<sup>33</sup> (Paul Ricoeur), qui doit être alors interprétée, validée et reconnue par les internautes « visiteurs »<sup>34</sup>.

<sup>30</sup> Yves Jeanneret, *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information*, Presses du Septentrion, 2000, p.94.

<sup>31</sup> Louis Quéré le redéfinit ainsi comme « cadre toujours donné et néanmoins à recomposer à nouveaux frais dans chaque situation, dans lequel les actions et les paroles, les événements et les personnes, les situations et les relations acquièrent, en tant que réalités phénoménales, leur intelligibilité et leur objectivité. La composition de ce cadre met en œuvre aussi bien des médiations publiques (des formes symboliques, étendues au sens large donné à cette expression par Cassirer, qui fonctionnent comme interprétants internes et comme contextes de description), que des procédés d'institution d'un commun et des techniques de configuration », L.Quéré, « L'espace public : de la théorie politique à la métathéorie sociologique » in *Quaderni* n°18, 1992, 87-88.

<sup>32</sup> Suivant les propositions de Valérie Beaudoin et Julia Velkoska, « Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) » in *Réseaux n°99. Internet. Un nouveau mode de communication ?*, n°97, 1999, p.149 : « L'identité qui se construit dans la page personnelle est une identité de liens, vers les sujets, thèmes et amis ».

<sup>33</sup> La notion « d'identité narrative » vient rendre compte que "le soi ne se connaît pas immédiatement mais seulement indirectement par le détour des signes culturels de toutes sortes" écrit Paul Ricoeur dans "L'identité narrative" in *Esprit. spécial P.Ricoeur*, n°140-141, 1988, p.304). Par exemple, "l'histoire d'une vie ne cesse d'être refigurée par toutes les histoires véridiques ou fictives qu'un sujet raconte sur lui-même. Cette refiguration fait de la vie elle-même un tissu d'histoires racontées" (P.Ricoeur, *Temps et Récit III*, Le Seuil, 1985, p.356). C'est pourquoi on doit penser un entrelacement de l'identité et de l'altérité (l'ispséité), cf P.Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, le Seuil, 1990,

<sup>34</sup> La reconnaissance médiatique ou par des instances institutionnelles de consécration (du classement dans la presse aux Nets d'or) fait également partie de ces mécanismes de validation sociale. Ainsi comme de nombreux autres sites de particuliers, le site *James Bond 007* publie un « livre d'or » constitué de coupures de presse ou de citations dans d'autres sites web et accompagné d'un mot de remerciement (« Les références. Les récompenses.

Au sein de la *sphère privée de la culture* est institué symboliquement un espace d'apparition de formes culturelles ouvertes à la validation intersubjective. Entrelacé à cette sphère privée culturelle depuis laquelle sont produites et reçues des formes d'expression, issu de différentes modalités de publicisation digitales, se met en forme un espace public comme arène des « configurations réciproques des termes de la relation dans l'interaction avec les autres et avec le monde », pour reprendre la formulation de Louis Quéré<sup>35</sup>.

Espace public digital pluralisé et non pas autosuffisant ou se déployant comme un univers solipsiste, comme en témoigne encore certains éléments empiriques du corpus.

Base de données d'un club de fans, le site sur James Bond déplace, en partie, sur le réseau des formes de sociabilité générées dans ces « communautés de goût » rassemblant des hommes et des femmes par le partage intersubjectif d'un goût commun. Il exhibe d'ailleurs les ressources mêmes de ces liens de sociabilité esthétique (érudition autour de la filmographie, fétichisme des photos dédicacées, affiches rares etc.).

L'une des pages des *Voyages imaginaires*, « Le cri de la mouette », présente un récit de voyage, *Tonton en Tchécoslovaquie*, histoire d'une marionnette tentant de gagner sa vie d'artiste sur le Pont Charles de Prague soumise à la dure concurrence d'un clown, un certain... Ronald Mc Donald. Ce récit est illustré par des créations graphiques de l'auteur, dans lesquelles sont reproduits des badges ou des logotypes issus de différents mouvements, tels « Attac » ou « Droits devant ». Ces sigles peuvent être assimilés à des « signes passeurs » entre l'imaginaire et l'univers de sens personnel de l'auteur du site s'exprimant dans son récit en images et un monde commun et partagé avec ses visiteurs, tel le monde social actuel avec ces collectifs mobilisés en partie à travers le réseau Internet.

La validation intersubjective en jeu dans les deux sites plus particulièrement analysés, *James Bond 007* et *Les voyages imaginaires*, s'exerce ici soit de façon esthétique en soumettant l'expression de l'identité virtuelle au jugement réfléchissant de l'auditoire potentiellement universel des internautes, soit de façon plus politique, en s'associant virtuellement à des associations et des ONG's qui luttent contre l'injustice au nom des intérêts universels qu'ils représentent et défendent.

### *Identité réflexive et authenticité*

---

Merci »). Ironiquement, dans *Les Voyages imaginaires* est représentée, dans le style graphique remarquable de l'auteur, le Net d'Or trônant sur une télévision. Moins ironiquement, le trophée est aussi recyclé en « porte d'embarquement » de la page d'accueil.

Que les individus aient besoin d'une telle validation intersubjective de leur identité s'explique sans doute par le fait que l'identité contemporaine est une identité réflexive. Dans la mesure où la recherche du moi est désormais inséparable de l'invention de soi, l'expression du moi est une opération risquée<sup>35</sup>. Confrontés à une pluralité de styles de vie qui s'exhibent dans les médias et sur Internet, les individus doivent produire, bricoler et façonner leur identité en expérimentant comme s'il s'agissait d'une page personnelle et cela en se modelant de façon plus ou moins consciente sur d'autres home page. Il suffit de les observer pour se rendre compte que l'identité personnelle n'est pas une simple copie, mais que la mise en forme et la mise en scène de soi présuppose beaucoup d'imagination, ainsi qu'une bonne dose de créativité. Le fait que les pages perso ne sont pas toujours personnelles montre *a contrario* que les individus recherchent l'authenticité. Contrairement à ce que pensent les post-modernes, une telle recherche effrénée de soi ne signifie nullement que le moi soit devenu faible ou inexistant, mais bien plutôt que, en absence de modèles d'identité prescrites, la recherche du soi relève de l'invention et que cette invention est une opération risquée. Le constructeur d'une webpage a beau croire que son identité est tout aussi authentique, unique et originale que sa page perso, en absence de modèles conventionnels universellement acceptés, il éprouve le besoin de soumettre l'expression de sa personnalité à l'approbation d'autrui. Que la personnalisation et la publicisation aillent de paire s'explique ainsi par le fait que la personnalisation passe par la publicisation, si ce n'est par l'universalisation virtuelle. Dans une perspective plus philosophique, cette alliance de personnalisme et d'universalisme, caractéristique de la tendance contemporaine d'individualisation réflexive, peut-être comprise

---

<sup>35</sup> L.Quéré, « D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique » in *Réseaux n°44-47*, p.85.

<sup>36</sup>En cessant d'hypostasier un supposé « moment post-moderne », on peut se référer à certaines théorisations de « l'identité réflexive » qui radicalisent les caractéristiques de l'identité moderne, permettant ainsi à la fois de rompre avec le traditionalisme des conservateurs et de s'adapter à la situation contemporaine. L'idée de base de la théorie de l'identité réflexive développée par Ulrich Beck ou Anthony Giddens<sup>36</sup> est que les individus sont désormais libérés des contraintes socio-culturelles, telles que celles qui ont trait à la classe, la religion ou la nation, par exemple. Depuis que les formes de vie traditionnelles ont perdues leur légitimité pseudo-naturelle, elles ne sont plus reproduites automatiquement. On peut toujours être croyant et même dévot comme avant, bien sûr, mais si on l'est, c'est par choix et non par convention ou par habitude, car désormais même les traditions et les conventions ne peuvent plus être soutenues et reproduites de façon traditionnelle et conventionnelle. Depuis que les traditions sont devenues optionnelles, les individus ont en principe sinon de fait la possibilité de choisir la forme de vie qui leur convient le mieux ainsi que le style de vie afférent ou plutôt ils sont de plus en plus contraints à choisir parmi une panoplie de styles de vie possibles. Mais comme le dit Ulrich Beck, avec un clin d'œil à Sartre, les individus sont forcés à être libres. Contraints à réfléchir librement sur la vie qu'ils veulent mener et à la façonner comme ils l'entendent, les identités deviennent proprement réflexives. Cf. Beck, U. : *Risikogesellschaft. Auf dem Weg auf eine andere Moderne*, Suhrkamp, Francfort sur le Main, 1986 et Giddens, A. / *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press, Cambridge, 1991. Pour une introduction plus générale aux théories de la modernité réflexive, cf. Vandenberghe, F. : « Introduction à la sociologie (cosmo)politique d'Ulrich Beck », *Revue du MAUSS*, 2001, 17, 1, pp. 25-39.

en termes de *l'authenticité réflexive*.<sup>37</sup> En se façonnant une image personnalisée de soi qu'il expose sur sa page perso, l'individu émet une prétention à l'authenticité. Il dit à tout le monde qui veut l'entendre ou le voir qu'il est un individu unique et original et qu'il veut être jugé en tant que tel, donc comme s'il était une œuvre d'art. En tant que prétention à la validité expressive, l'authenticité est une prétention quasi-artistique, soumise non pas à un « jugement déterminant », mais à un « jugement réfléchissant », « où seul le cas particulier est donné et il faut lui trouver un universel » pour parler comme Kant. Appliqué à l'identité réflexive de l'individu qui s'exprime sur sa page perso, le jugement réfléchissant évalue la prétention à l'authenticité en examinant si la page perso exprime de façon exemplaire la personnalité de l'auteur, donc si elle exprime une identité qui mérite l'admiration virtuelle de tous ou la reconnaissance effective sous la forme d'un Net d'or.

L'exemple du site *Les voyages imaginaires* illustre empiriquement comment Internet, en réponse aux hypothèses privatistes et post-modernistes, peut être réinterprété comme une technologie sociale, créatrice de collectifs et de communautés d'intérêts, conduisant à une politisation de tels usages expressifs au sein de la « cité informatique »<sup>38</sup>. Politisation que Walter Benjamin avait thématiquement au sujet du cinéma incarnant selon lui de façon un équilibre trouvé dans le rapport entre l'homme et la technique, notamment à travers la « réversibilité des rôles » qu'il promettait.

---

<sup>37</sup> Cf. Ferrara, A., *Reflective authenticity. Rethinking the Project of Modernity*, Routledge, Londres, 1999.

<sup>38</sup> Cf le travail de Nicolas Auray sur les enjeux politiques de ces nouveaux modes de coordination, par exemple la synthèse publiée dans « La place des hackers dans l'innovation informatique : une comparaison des cas hollandais, français et américains » in Actes du colloque ICUST, E-usages, 12-14 juin 2001, Paris, pp.585-591.