

Sous la direction de
Hugo
LOISEAU

+
Elena
WALDISPUEHL

Cyberespace et science politique

De la méthode au terrain, du virtuel au réel



Cyberespace et science politique

Presses de l'Université du Québec

Le Delta I, 2875, boulevard Laurier

bureau 450, Québec (Québec) G1V 2M2

Téléphone: 418 657-4399 – Télécopieur: 418 657-2096

Courriel: puq@puq.ca – Internet: www.puq.ca

Diffusion / Distribution:

CANADA Prologue inc., 1650, boulevard Lionel-Bertrand
Boisbriand (Québec) J7H 1N7 – Tél.: 450 434-0306 / 1 800 363-2864

FRANCE Sofédis, 11, rue Soufflot
75005 Paris, France – Tél.: 01 53 10 25 25
Sodis, 128, avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny
77403 Lagny, France – Tél.: 01 60 07 82 99

BELGIQUE Patrimoine SPRL, avenue Milcamps 119
1030 Bruxelles, Belgique – Tél.: 02 7366847

SUISSE Servidis SA, chemin des Chalets 7
1279 Chavannes-de-Bogis, Suisse – Tél.: 022 960.95.32

Diffusion / Distribution (ouvrages anglophones):

Independent Publishers Group, 814 N. Franklin Street
Chicago, IL 60610 – Tel.: (800) 888-4741



La Loi sur le droit d'auteur interdit la reproduction des œuvres sans autorisation des titulaires de droits. Or, la photocopie non autorisée – le «photocopillage» – s'est généralisée, provoquant une baisse des ventes de livres et compromettant la rédaction et la production de nouveaux ouvrages par des professionnels. L'objet du logo apparaissant ci-contre est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit le développement massif du «photocopillage».

Cyberespace et science politique

De la méthode au terrain, du virtuel au réel



Sous la direction de
Hugo Loiseau et Elena Waldispuehl



Presses de l'Université du Québec

Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives nationales du Québec et Bibliothèque et Archives Canada

Vedette principale au titre:

Cyberespace et science politique: de la méthode au terrain, du virtuel au réel

Comprend des références bibliographiques.

Publié en formats imprimé(s) et électronique(s).

ISBN 978-2-7605-4852-7

ISBN 978-2-7605-4853-4 (PDF)

ISBN 978-2-7605-4854-1 (EPUB)

1. Cyberespace – Aspect social. 2. Cyberespace – Aspect politique. I. Loiseau, Hugo, 1974- II. Waldispuehl, Elena, 1989- .

HM851.C92 2017 303.48'33 C2017-942027-5
C2017-942028-3

Financé par le
gouvernement
du Canada

Funded by the
Government
of Canada

Canada



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

SODEC

Québec



Révision

Catherine Vaudry

Correction d'épreuves

Sandra Guimont

Mise en page

Interscript

Images de couverture

iStock

Dépôt légal: 4^e trimestre 2017

› Bibliothèque et Archives nationales du Québec

› Bibliothèque et Archives Canada

© 2017 - Presses de l'Université du Québec

Tous droits de reproduction, de traduction et d'adaptation réservés

Imprimé au Canada

D4852-1 [01]

Remerciements

Nous tenons tout d'abord à remercier tous les auteurs et toutes les auteures qui ont contribué à ce livre. Nous nous sommes réunis au 85^e congrès de l'Association francophone pour le savoir (ACFAS) en mai 2017 pour échanger et débattre de nos différentes contributions lors d'un colloque d'une journée. Les idées, les critiques et la participation active de tous et de toutes ont été une grande source de motivation pour parachever cet ouvrage. Il en ressort une grande cohérence dans l'ensemble de ce collectif. De plus, la diversité des différentes contributions nous a permis de mieux circonscrire l'ampleur du champ d'études qui couvre le phénomène cyber. Les défis que pose le cyber sont encore nombreux et fascinants!

Nous tenons à remercier ensuite toute l'équipe éditoriale des Presses de l'Université du Québec pour son excellent travail. Sans cette équipe, la publication du livre n'aurait pas été aussi rapide et efficace. Nous remercions spécialement Mme Catherine Vaudry, réviseuse linguistique, pour son formidable travail dans le manuscrit. Son souci du détail et la grande qualité de sa révision font en sorte que le livre est plus agréable à lire, car d'un niveau supérieur sur le plan de la qualité de la langue française. Mme Mélanie Bérubé, chargée de projet aux Presses de l'Université du Québec, est aussi à remercier pour son excellent travail tout au long des étapes de cette publication.

Il faut aussi souligner le soutien financier de la Faculté des lettres et sciences humaines et du Vice-rectorat à la recherche de l'Université de Sherbrooke qui, grâce au programme d'aide aux activités créatrices et à l'édition savante, a facilité la publication de ce livre.

Hugo Loiseau et Elena Waldispuehl
Montréal, 21 septembre 2017

Table des matières

[Remerciements](#)

[Liste des figures et des tableaux](#)

[Liste des sigles](#)

[Introduction](#)

[*Hugo Loiseau et Elena Waldispuehl*](#)

[1.1 /La définition du cyberspace, au-delà d'Internet et de ses composantes](#)

[1.2 /Le cyberspace et la science politique de la méthode au terrain: du virtuel au réel](#)

[Conclusion](#)

[Bibliographie](#)

[Partie 1 /](#)

[**ÉLÉMENTS FONDAMENTAUX POUR LA
COMPRÉHENSION DU CYBERESPACE: DÉFINITIONS,
MÉTHODES ET TERRAINS**](#)

[Chapitre 1 /](#)

[**L'espace, le temps et les individus dans le cyberspace**](#)

[*Sabrina Dupéré et Hugo Loiseau*](#)

[1.1 /L'espace](#)

[1.1.1 /La réalité](#)

[1.1.2 /L'ubiquité](#)

1.2 /Le temps

1.2.1 /L'instantanéité

1.2.2 /La mémoire

1.3 /Les individus

1.3.1 /L'identité

1.3.2 /Les cybercommunautés

Conclusion

Bibliographie

Chapitre 2 /

Les défis méthodologiques du cyberspace en sciences sociales et politiques

Hugo Loiseau

2.1 /La nature des objets

2.2 /Les cadres d'analyse

2.3 /Les outils et les méthodes de recherche

Conclusion

Bibliographie

Chapitre 3 /

Les différentes couches composant le cyberspace

Sabrina Dupéré

3.1 /Le cyberspace: un endroit comme les autres?

3.1.1 /Un produit de la pensée humaine

3.1.2 /Du virtuel au réel

3.2 /La structuration du cyberspace

3.2.1 /La couche physique

3.2.2 /La couche logicielle

3.2.3 /La couche informationnelle

3.2.4 /La couche sociale

3.2.5 /Synthèse

Conclusion

Bibliographie

Chapitre 4 /

La nature du terrain en sciences sociales: une cartographie du cyberspace est-elle possible?

Elena Waldispuehl

4.1 /Une carte mentale du cyberspace: le triptyque «sur, par et dans»

4.2 /Le conflit des méthodes et les matériaux du terrain

4.3 /Une définition plurielle de la notion de «terrain de recherche»

4.4 /La dialectique du terrain: quel cadre spatio-temporel pour le cyberspace?

4.5 /Le phénomène du cyberspace comme terrain de recherche

4.6 /Le cyberspace et la méthode: vers un changement de paradigme analytique?

Conclusion: vers de nouvelles pratiques de recherche pour et dans le cyberspace?

Bibliographie

Partie 2 /

ANALYSE DES PHÉNOMÈNES CYBERPOLITIQUES: LE VOTE ET LES ÉLECTIONS

Chapitre 5 /

Le vote par Internet augmente-t-il la participation électorale?

Jérôme Couture, Sandra Breux et Nicole Goodman

5.1 /La participation électorale et le vote par Internet

5.1.1 /Le vote par Internet peut-il favoriser la mobilisation électorale?

5.1.2 /Qui vote par Internet?

5.1.3 /Comment vote-t-on par Internet? Le cas du Canada

5.2 /Démarche méthodologique

5.2.1 /Le devis de recherche

5.2.2 /Méthodologie

5.3 /Résultats

5.4 /Discussion

Annexe 5.1 /Liste des villes participantes et
distribution des cas pour ces villes

Bibliographie

Chapitre 6 /

**La publicité politique négative sur Internet au
Canada: quand les conservateurs ont ouvert le feu
sur les chefs libéraux**

Charles-Antoine Millette

6.1 /La publicité politique négative sur Internet: un état des
connaissances

6.2 /Les conservateurs passent à l'attaque contre les chefs
libéraux

6.2.1 /L'incompétence de Stéphane Dion

6.2.2 /L'arrogance de Michael Ignatieff

6.2.3 /Le manque de jugement de Justin Trudeau

6.3 /La publicité négative sur Internet: quels changements
politiques?

Conclusion

Bibliographie

Chapitre 7 /

**La communication politique à l'heure de la vidéo
numérique: de l'action individuelle à l'action
collective**

Emmanuel Choquette

7.1 /Considérations méthodologiques

7.1.1 /Démarche et sources des données

7.1.2 /Une réflexion avant tout

7.2 /Quelques concepts autour de la vidéo en ligne: du trivial au collectif

7.2.1 /Le concept de «mème»

7.2.2 /Le concept de «viralité»

7.2.3 /Le concept d'«audiovie»

7.3 /La communication politique et la vidéo en ligne: les liens conceptuels

7.3.1 /Une définition de la communication politique

7.3.2 /La conception instrumentale de la communication politique

7.3.3 /La conception œcuménique de la communication politique

7.4 /YouTube et la communication politique

7.4.1 /YouTube comme outil de mobilisation populaire

7.4.2 /YouTube comme outil de contrôle du message

Conclusion

Bibliographie

Partie 3 /

ANALYSE DES PHÉNOMÈNES CYBERPOLITIQUES: LES NOUVEAUX OBJETS CYBERPOLITIQUES

Chapitre 8 /

Le cyberspace, espace de conflits politiques

Samuel Sauvé

8.1 /Le cyberspace, nouvel espace de conflits politiques

8.1.1 /Le passage de l'activisme au cyberactivisme

8.1.2 /Le cyberspace, les conflits politiques et les régimes politiques

8.2 /Démarche méthodologique

8.2.1 /Est-ce que la nature du régime politique influence la mobilisation politique dans le cyberspace?

8.2.2 /Méthodologie

8.3 /Analyse

8.4 /Discussion

Bibliographie

Chapitre 9 /

Cybersocialité et économie politique des données personnelles: un survol des usages populaires, commerciaux et sécuritaires de la surveillance des données

Tristan Rivard

9.1 /Les formes et les pratiques de la surveillance des données

9.2 /La surveillance des données: avant et après le cyber

9.3 /Les multiplicités d'individus-usagers et la cybersocialité

9.4 /Les plateformes intermédiaires et l'effet de réseau: les dynamiques numériques

9.4.1 /L'effet de réseau et les quasi-monopoles

9.4.2 /L'assemblage surveillant et la marchandisation des sosies de données

9.4.3 /La politique du code et l'asymétrie informationnelle

9.5 /La NSA, le GCHQ et la «supériorité informationnelle»

9.6 /La surveillance des données au cœur des noopolitiques et du noopouvoir

9.6.1 /La noosphère

9.6.2 /La noopolitique

9.6.3 /Le noopouvoir

Conclusion

Bibliographie

Chapitre 10 /

Les affres du devenir «de la ville intelligente»: vers une accentuation des limites du cyberspace?

Jérémy Diaz et Sandra Breux

10.1 /La ville intelligente et le cyberspace: origine, forces et limites

10.1.1 /Des origines communes...

10.1.2 /... aux nombreuses promesses

10.2 /Des risques inédits et amplifiés

10.2.1 /La place de l'humain: les limites conceptuelles

10.2.2 /Les failles techniques: les limites pratiques

10.3 /Vers une dépolitisation de l'espace public

10.3.1 /Des risques politiques

10.3.2 /Une dépolitisation de l'espace public

Conclusion

Bibliographie

Chapitre 11 /

L'ethnographie virtuelle, quand le terrain montre les enjeux éthiques de la méthode: une approche pour l'étude de la communauté virtuelle de la «néomasculinité»

Elena Waldispuehl, Adeline Branthonne et Myriam Morissette

11.1 /L'ethnographie du virtuel comme méthode de recherche

11.2 /Les considérations éthiques liées à la recherche en ligne

11.3 /Return of Kings: le retour aux «origines» du mâle sur Internet

11.3.1 /Un safe space pour revendiquer le «retour» à une société patriarcale

11.3.2 /Une dénonciation récurrente de la
censure et le paradoxe de la victimisation

11.3.3 /Un entre-soi renforcé par une grammaire
commune

11.4 /Quelques pistes de réflexion pour l'étude de
communautés virtuelles

Bibliographie

Conclusion

Hugo Loiseau, Elena Waldispuehl et Sabrina Dupéré

Notices biographiques

Liste des figures et des tableaux

Figures

[2.1 /Les changements induits par le cyberespace](#)

[4.1 /Cartographie du Web 2.0](#)

[5.1 /Effets marginaux entre la méthode de votation et l'habitude de vote estimés d'après la régression logistique du tableau 5.3](#)

[8.1 /Évolution du nombre de campagnes militantes numériques, 2002-2012](#)

[8.2 /Ventilation des CMN par type d'initiateurs, 2002-2012](#)

[8.3 /Ventilation des CMN par type de cibles, 2002-2012](#)

[8.4 /Outils déployés selon la catégorie de régime politique lié aux CNM, 2002-2012](#)

[8.5 /Stratégies déployées selon la catégorie de régime politique lié aux CNM, 2002-2012](#)

[9.1 /Schéma conceptuel de l'économie politique des données](#)

Tableaux

[2.1 /Six critères pour l'évaluation des instruments de collecte de l'information](#)

[2.2 /Six critères pour l'évaluation de l'observation documentaire avec et sans le cyber](#)

[3.1 /Les quatre couches composant le cyberespace](#)

- [5.1 /Analyse descriptive du groupe A \(votants Internet et papier à Sudbury, Markham, Guelph et Springwater\).](#)
- [5.2 /Analyse descriptive du groupe B \(votants par Internet dans 44 municipalités\).](#)
- [5.3 /Régression logistique du groupe A \(Sudbury, Markham, Guelph, Springwater\).](#)
- [5.4 /Régression logistique multinominale sur l'habitude de vote \(groupe B; 44 municipalités\).](#)
- [5.5 /Régression logistique sur les nouveaux électeurs inscrits \(groupe B; 44 municipalités\).](#)
- [8.1 /Le cyberspace, espace de mobilisation politique dans les régimes démocratiques, hybrides et autoritaires](#)
- [8.2 /Analyse descriptive des stratégies déployées lors des CNM, 2002-2012](#)
- [8.3 /Analyse descriptive des outils déployés lors des CNM, 2002-2012](#)
- [8.4 /Analyse descriptive du Polity IV et des catégories de régimes politiques liés aux CNM, 2002-2012](#)
- [8.5 /Moyenne du Polity IV selon les outils déployés et non déployés lors des CNM, 2002-2012](#)
- [8.6 /Moyenne du Polity IV selon les stratégies déployées et non déployées lors des CBN, 2002-2012](#)
- [9.1 /Comparaison de la surveillance traditionnelle et de la surveillance des données](#)
- [10.1 /Le citoyen dans le cyberspace](#)
- [10.2 /Le citoyen dans la ville intelligente](#)

Liste des sigles

CMN	Campagnes militantes numériques
GCHQ	Government Communications Headquarters (Royaume-Uni)
GDADS	Global Digital Activism Data Set
IVP	Internet Voting Project
LGBTQIA+	Lesbiennes, gaies, bisexuelles, trans (transidentitaires, transgenres et transexuelles), travesties, queer, intersexuées, asexuelles, alliées et autrement incluses dans la diversité sexuelle et de genre
MSN	Médias sociaux numériques
NSA	National Security Agency (États-Unis)
PCC	Parti conservateur du Canada
PLC	Parti libéral du Canada
ROK	<i>Return of Kings</i>
TIC	Technologies de l'information et des communications

Introduction

Hugo Loiseau et Elena Waldispuehl

Transition pour certains, rupture pour d'autres, l'envahissement du cyberspace dans nos vies est source de réflexions à plusieurs égards. Ce phénomène nous fascine tout particulièrement, car rarement dans l'histoire de l'humanité avons-nous pu constater comment une innovation technologique transforme autant, en si peu de temps, le quotidien des individus jusqu'aux façons de gouverner le monde. L'apparition de l'écriture et l'invention de l'imprimerie sont, à des échelles différentes bien entendu, des parallèles qui sont souvent faits avec l'émergence du cyberspace (Eisenstein, 1991). Cependant, le cyberspace a ceci de particulier que ses effets se font sentir beaucoup plus rapidement et beaucoup plus profondément, d'autant plus que même les outils d'analyse de ce phénomène, les méthodes de recherche des sciences sociales et politiques pour le résumer ainsi, sont eux aussi transformés par le cyberspace et Internet.

Émergent ainsi de multiples paradoxes fort intéressants à explorer. Le papier devient numérique, mais garde son usage courant. À cause du cyberspace, l'intimité devient «extimité» (Tisseron, 2002), la sphère privée devient publique, et vice-versa. Les identités individuelles et collectives sont démultipliées sur les réseaux. L'information devient abondante et presque instantanée, à l'instar de la désinformation. Le tout-technologique fait miroiter la prospérité, mais laisse de côté nombre de personnes prises

du mauvais côté de la fracture numérique. Les États ne se font plus la guerre comme auparavant, mais investissent plutôt dans la cyberguerre. Les modes de pensée et de création des connaissances subissent des adaptations aux conséquences souvent peu étudiées et hors de contrôle. Tout le monde navigue dans le cyberspace, mais personne ne connaît les référents, tels les points cardinaux, de cet espace. Le cyberspace facilite la mobilisation de citoyens autour d'une cause, mais il a aussi cette immense capacité à atomiser des collectivités. Bref, nombre d'autres exemples de paradoxes du cyberspace pourraient être cités.

Sur le plan de la méthode de recherche, sur le plan de l'enseignement et sur le plan social, nous vivons actuellement une véritable rupture de nature épistémologique, pédagogique et sociale. Cette rupture se produit par rapport à un passé qui se «traditionnalise» rapidement face aux innovations technologiques et aux nouvelles pratiques singulières et collectives qu'engendre la démocratisation du cyberspace. Boullier (2016) évalue avec justesse que les façons d'écrire, de lire, de produire, de manipuler et de voir sont complètement bouleversées par la popularisation d'Internet ces dernières années.

Ce livre part du constat que le cyberspace n'est que la continuité de l'extension des capacités humaines entamée avec le développement des premiers outils par nos ancêtres. En effet, tout développement technologique a pour but ou pour effet d'augmenter les capacités limitées du corps humain ou de la conscience humaine. La plupart du temps, ce développement mène à la projection de nos sens grâce à la technologie. Pensons, en guise d'illustration, au développement de la longue-vue puis du télescope afin de voir au-delà des capacités normales de l'œil humain. Ce développement, rendu possible grâce à l'accumulation de connaissances techniques et à l'expérimentation de cette technologie, a facilité la découverte de nouvelles

informations et le développement de nouvelles connaissances (Dowek, 2015, p. 21). Ce cycle de progrès techniques, technologiques et scientifiques se fait de façon tout à fait naturelle dans l'histoire humaine. Or la question se pose: comment absorber, assimiler, voire «endoctriner» les innovations si les capacités technologiques s'accroissent constamment (Samaan, 2008)?

Cette accélération est le fruit de deux développements technologiques: la numérisation et la mise en réseau des contenus à grande échelle. Le cyberspace a donc ceci de particulier qu'il existe grâce à ces deux développements et qu'il constitue l'extension des capacités humaines dans de très nombreux domaines. La fusion de ces deux aspects s'effectue donc dans la continuité normale du cycle des progrès. De plus, comme toute technologie, le cyberspace n'est ni bien ni mal, il est neutre; c'est l'usage que l'humain en fait qui lui donne une valeur morale. Il représente un outil supplémentaire qui s'ajoute à de nombreux autres outils ou technologies à la disposition des activités humaines.

La nouveauté actuelle consiste à appréhender les changements sociaux et politiques qu'entraîne la présence grandissante du cyberspace dans nos vies. Le principal questionnement de ce livre se déploie sur trois plans: celui des comportements sociaux, celui de la recherche et celui des méthodes de recherche en sciences sociales et politiques. Il s'agira aussi de saisir la lenteur du processus d'acceptation et de transformation des esprits et des pratiques scientifiques et sociales face aux bouleversements provoqués par le cyberspace. En résumé, nous nous pencherons, au cours des prochains chapitres, sur la façon de comprendre cette invasion numérique et réticulaire dans les sciences sociales et les sociétés. Cet examen se fera autant sur le plan individuel que sur le plan collectif, afin de dégager les similitudes et les

dissemblances entre les deux, de distinguer les tendances des divergences.

Cet ouvrage désire circonscrire les changements qu'apporte le cyberspace à l'étude et à la pratique des sciences sociales et politiques en général, mais aussi quant à leurs objets. Depuis une dizaine d'années, les sciences sociales sont bouleversées par l'entrée massive du cyberspace dans nos sociétés. Le cœur des sciences sociales et politiques est transformé, comme le démontreront les chapitres de ce livre. Ainsi, le vote se conçoit différemment, la publicité électorale est bouleversée, le militantisme se voit transformé par le cyberspace, alors même que les États possèdent de nouveaux outils de surveillance des masses qui modifient profondément les pratiques sociales. Les objets, les méthodes et les disciplines sont ou doivent être renouvelés à la lumière des transformations majeures dues au cyberspace. Autrement dit, comment rendre intelligible et expliquer le phénomène du cyberspace dans nos sociétés? Plus particulièrement, ce livre vise à exposer ces changements dans les sciences sociales et politiques, ainsi qu'à approfondir la question des méthodes de recherche dans le cyberspace, notamment pour ce qui a trait à la nature de ce nouveau terrain d'investigation. Par ailleurs, à l'aide d'études de cas, ce livre offre aussi des exemples des nouveaux objets de recherche et de l'adaptation des méthodes de recherche traditionnelles pour l'étude de ces nouveaux objets. Ainsi, eu égard aux grandes qualités de la littérature et sa clarté, peu de textes traitent spécialement, en français, des bouleversements sociaux dus au cyberspace, des transformations des méthodes de recherche et d'enseignement dans le cyberspace, tout comme peu d'entre eux abordent le cyberspace comme outil de recherche exploitable grâce à Internet.

Ainsi, pour atteindre précisément ces objectifs, les auteurs de ce livre tenteront de répondre à trois questions principales. Premièrement, quels sont les changements sociaux induits par l'arrivée puis l'omniprésence du cyberspace dans les sociétés occidentales? Cette première question concerne la matière brute traitée par les sciences sociales et politiques, c'est-à-dire les objets des sciences sociales, mais surtout les changements occasionnés par le cyberspace dans les rapports sociaux et les comportements individuels. De plus en plus, le cyberspace est devenu addictif, et une grande partie des comportements sociaux sont modifiés par la présence, voire l'omniprésence, de cet espace.

Deuxièmement, s'il est facile d'admettre et de constater que le cyberspace a provoqué des changements sociaux, on peut logiquement se poser la question à savoir si le cyberspace a aussi provoqué des changements sur le plan de la pratique scientifique des sciences sociales et politiques. La recherche en sciences sociales et politiques a-t-elle été modifiée par le cyberspace? La recherche accompagnée par les nouvelles technologies de l'information et la surabondance de l'information transforment les méthodes de recherche traditionnelles à travers une pratique plus ou moins maîtrisée par les chercheurs. De nos jours, par exemple, la génération des natifs du numérique forme une nouvelle génération de chercheurs dans les classes, sur le terrain et dans les laboratoires. L'environnement numérique lui étant familier, son style de vie étant mobile et en ligne, cette nouvelle génération d'étudiants demande au corps professoral d'adapter ses formules traditionnelles d'encadrement et de formation à la recherche.

Troisièmement, une dernière question doit porter sur les méthodes de recherche des sciences sociales, notamment sur le terrain, que doivent explorer et analyser les praticiens

des sciences sociales et politiques. Le postulat de cet ouvrage, qui se devine facilement, soutient que le cyberspace a changé non seulement la nature des relations sociales et des pratiques scientifiques et pédagogiques, mais qu'il a aussi entraîné des transformations majeures des méthodes de recherche en sciences sociales et politiques. Par ailleurs, ce postulat s'inscrit directement dans les enseignements de Paillé et Muchielli sur l'évolution de la recherche qualitative et de ses méthodes. Ces auteurs affirment notamment que les méthodes de recherche évoluent avec le temps et les situations, mais que les utilisateurs de ces méthodes se les approprient en les adaptant, en les améliorant (Paillé et Muchielli, 2012). Les nouvelles technologies ont augmenté les capacités de nos outils de recherche traditionnels. Ces derniers doivent être adaptés à ces transformations pour être en mesure de capter les nouvelles réalités sociales qui se déroulent maintenant en partie sur des réseaux sociaux supplémentaires, consécutifs ou concomitants. Cela pose de nombreux défis méthodologiques, entre autres sur le plan de l'éthique de la recherche et sur celui de la question de l'identité des sujets.

L'ensemble de ces trois questions sera analysé de façon individuelle ou globale dans chacun des chapitres qui constituent le livre. Le cadre théorique sera largement orienté à partir du tableau analytique proposé au troisième chapitre (voir le [tableau 3.1](#)). Ce tableau résume et illustre les différentes couches formant le cyberspace et Internet, ainsi que les différents niveaux (ou unités d'analyse) qu'il est possible d'en déduire. L'usage de ce tableau facilitera la compréhension des propos et des explications tenus dans les chapitres subséquents. De manière générale, le cyberspace peut être conceptualisé comme un oignon, où toutes les couches, comme les pelures, se superposent les unes aux autres tout en étant mutuellement

complémentaires, jusqu'à devenir de plus en plus abstraite et mouvante. Ainsi, la première couche est celle physique, celle des conditions matérielles et réticulaires – celle de toutes les infrastructures physiques nécessaires à la mise en place, au maintien et à l'accès au cyberspace et à ses réseaux. Cette couche a pour caractéristique d'être tangible, concrète et ancrée géographiquement, tout en nourrissant la fracture numérique. La deuxième couche est celle logicielle (ou syntaxique) qui constitue l'ensemble des capacités et des fonctionnalités assurant la transmission de données entre les différents points du réseau formant Internet. Cette couche est très flexible et a pour caractéristique d'être constamment en construction (si les conditions matérielles et réticulaires le permettent), tout en étant réursive en raison des capacités inouïes générées par la cybernétique. Ensuite, la troisième couche informationnelle (cognitive) représente l'ensemble du domaine de la connaissance numérique et des données massives du cyberspace (le *Big Data*), qui peuvent même avoir une valeur marchande, comme l'illustreront nombre de chapitres de cet ouvrage. La quatrième et dernière couche est sociale et se divise en deux sous-composantes. Cette couche représente donc des acteurs individuels ou collectifs aux intérêts pluriels qui participent à l'environnement du cyberspace à travers différents rôles. Leurs actions sont virtuelles, mais elles sont néanmoins bien ancrées dans le monde réel par leurs conséquences tangibles sur le plan matériel (effets de la cyberviolence ou de la cybercriminalité, par exemple).

I.1 / La définition du cyberspace, au-delà d'Internet et de ses composantes

Comme le soutient notre postulat principal, le cyberspace a produit de nombreux bouleversements sur le plan de nos

pratiques quotidiennes ou scientifiques en raison de son caractère transversal. Si l'on se fie aux savoirs profanes constitués par le sens commun, il semble *a priori* qu'Internet et le cyberspace soient une seule et unique chose. Toutefois, il faut préciser que le réseau Internet et le cyberspace sont deux choses différentes. Leurs définitions doivent donc être énoncées dans ces propos introductifs afin de faciliter la compréhension globale du livre. Démystifier ces deux notions (et d'autres qui leur sont inhérentes) n'est pas une tâche facile, puisque leurs définitions suscitent de nombreux débats, auxquels s'entremêlent aussi des conceptions techniques essentielles et sous-jacentes à l'existence du cyberspace et du réseau Internet.

La mise en réseau est très ancienne et se fait presque plus naturellement que la numérisation, puisque les individus ont toujours communiqué et tissé des liens entre eux. La mise en réseau actuelle, grâce à Internet entre autres, ne fait que répéter ce phénomène à une échelle beaucoup plus grande qu'auparavant grâce à un soutien technique qui agrège vers lui de multiples réseaux. Pris individuellement, la numérisation et la mise en réseau sont deux faits sociaux qui peuvent expliquer la popularisation du réseau Internet au cours des vingt dernières années. Autrefois, l'estafette portait un message à un destinataire; la transmission de l'information se faisait grâce à un support papier et humain. Plus tard, le téléphone a transformé la voie en signal analogique et a permis la transmission de l'information de façon dématérialisée en partie et à une plus grande vitesse. Aujourd'hui, les messages en papier ont presque disparu, les messages téléphoniques sont numérisés et sont transmis en partie par le réseau Internet. Bien entendu, à l'instar de la numérisation, la mise en réseau a largement profité de l'informatisation et des technologies liées à l'informatique. La miniaturisation, les

capacités de stockage et la puissance des composantes ont largement participé à cette évolution. Le support matériel a donc beaucoup évolué au cours du temps (à cet égard, voir la couche matérielle). Il a profité du développement de la numérisation, qui a été plus lente (la couche logicielle), pour aboutir à un cyberspace pérenne et dense (les couches informationnelle et sociale). Le cyberspace a donc connu plusieurs étapes dans son existence et ces étapes suivent de près les évolutions, voire les révolutions, techniques et technologiques. Il est donc consubstantiel à ces évolutions.

Autrement dit, le cyberspace, tel qu'on le connaît actuellement, est le résultat de la fusion de la numérisation des informations et de la mise en réseau de ces informations. Plus particulièrement, la popularité du réseau Internet et la numérisation massive de l'information depuis une vingtaine d'années ont permis une expansion sans précédent du cyberspace, cyberspace qui coexistait auparavant, de façon éphémère, avec les réseaux et la numérisation de l'information. D'un point de vue strictement sociologique, le cyberspace peut, dès lors, être défini comme étant la mise en réseau d'une représentation modifiée des activités humaines sous forme numérique. Il s'agit d'une représentation, car la réalité des informations est ici virtuelle, c'est-à-dire sans existence matérielle propre, mais perpétuellement entretenue et recrée par les acteurs sociaux (les internautes), un peu à l'instar d'une norme sociale. L'objet réel est projeté dans le réseau grâce à la numérisation qui l'altère et le transforme en informations qui peuvent être transmises sur le réseau Internet. Il devient ainsi une représentation qui n'est pas cet objet réel entièrement ou exactement, mais plutôt un reflet modifié de l'objet réel. Pour paraphraser Popper, si le concept de «chien» n'aboie pas, le site Internet «tartesauxpommes.com» ne sent pas la tarte aux pommes.

Le cyberspace est donc un reflet déformé et amplifié des activités humaines, qui, dans cet espace, perpétuent les relations sociales. Par exemple, si des inégalités socioéconomiques existent dans la réalité, ces inégalités deviennent dans le cyberspace ce que l'on appelle la «fracture numérique» (Dupuy, 2008). Autre exemple, si dans la réalité, des gouvernements existent et régulent en grande partie nos vies, dans le cyberspace, ils se déploient sous forme de e-gouvernement (Scholl, 2010). Toutefois, personne ne tombera dans cette fracture numérique ni n'est capable de toucher ce gouvernement en ligne. Techniquement, personne ne peut se retrouver physiquement dans le cyberspace, car il n'est qu'une représentation médiée par des codes facilitant la transmission de données sur Internet (Lemley, 2003). Ces deux exemples sont des représentations d'une réalité médiée par les couches matérielles du réseau Internet et qui s'incarnent dans le cyberspace. De plus, à l'instar de nombreux phénomènes touchés par le cyber, ces deux exemples recèlent une multitude d'enjeux politiques qui se dévoilent peu à peu.

La popularisation d'Internet et du cyberspace a certes provoqué de nombreux changements sociaux et politiques, mais les transformations qu'ils ont induites sont plus profondes qu'il n'y paraît. En effet, l'espace, le temps et les individus ont mué sous les effets combinés du cyberspace et d'Internet. Ainsi, par-delà les représentations ou les propositions de modélisation, nous croyons également que la compréhension des phénomènes du cyberspace peut être analysée à travers les caractéristiques du milieu et les effets qu'il exerce sur l'espace, le temps et les individus, des effets qui génèrent de nombreux défis pour les sciences sociales et politiques. Le survol de ces effets est donc une piste par laquelle nous amorcerons la recherche de

réponses aux trois questions transcendant l'entreprise de cet ouvrage.

I.2 / Le cyberspace et la science politique de la méthode au terrain: du virtuel au réel

Ce livre entend donc aborder l'ensemble de ces questions, mais aussi la nature même du cyberspace, en tant que terrain d'investigation, à travers l'analyse de phénomènes politiques et sociaux. Le premier chapitre est destiné à mettre en place trois éléments fondamentaux pour la compréhension de l'ouvrage. À cet effet, le cyberspace est étudié dans les changements qu'il provoque dans nos relations au temps et à l'espace ainsi que dans nos différents rapports sociaux, individuels ou collectifs.

Le deuxième chapitre proposera une réflexion globale sur les défis méthodologiques que pose le cyberspace aux sciences sociales et politiques. Pour ce faire, les objets de recherche et les changements qu'a opérés le cyberspace quant à la nature de ces objets seront abordés. Par la suite, les transformations des disciplines des sciences sociales et politiques seront exposées. Assistons-nous à la création de nouvelles disciplines en sciences sociales et politiques? Cette création serait en grande partie due à la démocratisation du cyberspace et à l'apparition des méthodes de recherche en ligne. Puis, un exemple de l'adaptation des méthodes de recherche à la nouvelle nature des objets et aux nouvelles exigences des sciences sociales et politiques sera proposé.

Le troisième chapitre, comme expliqué ci-dessus, approfondira le cadre théorique général du livre. À cette fin, le chapitre exposera les débats actuels sur l'étude du cyberspace et ses représentations. Il proposera un tableau analytique permettant une analyse concrète de cet espace

virtuel et représentationnel, donc difficilement appréhendable par nos sens. Ainsi, les quatre couches composant le cyberspace seront exposées et l'accent sera mis sur les relations qu'entretiennent les trois premières (physique, logicielle et informationnelle) avec la couche sociale du cyberspace. Si les trois premières sont bien analysées, notamment, en sciences informatiques, la dernière couche demeure à être encore largement expliquée par les sciences sociales et politiques. Il s'agit là de l'objet central de ce livre et de sa pertinence.

Le quatrième chapitre entend démontrer et exposer la nature traditionnelle de ce qui est nommé le «terrain» (dans le sens de «terrain de recherche» ou «d'investigation») en sciences sociales et politiques. Étrangement, le terrain est partout en sciences sociales et politiques, mais peu d'auteurs expliquent vraiment en quoi il consiste concrètement. En ce sens, ce chapitre cherchera à savoir où trouver le terrain et comment l'aborder. De façon corollaire, il s'agira aussi de déterminer la nature du terrain pour le chercheur et la nature du terrain pour les acteurs sociaux. Puis, par effet de contraste, ce quatrième chapitre soulignera les distinctions entre ce terrain «traditionnel» et le terrain des sciences sociales et politiques à l'ère du cyberspace. Les transformations sont de plusieurs ordres et soulèvent de nombreuses questions sur les plans ontologiques et épistémologiques. Comme l'illustrent les débats en sciences sociales et politiques, les réponses différeront donc grandement selon les perspectives adoptées entre le cyberoptimisme, le cyberpessimisme ou le cyberpragmatisme. Ces réponses porteront évidemment sur les méthodes de recherche pouvant explorer, voire exploiter, les informations générées par la nouvelle nature de ce terrain.

À partir de ces premiers éléments analytiques, les chapitres suivants viendront élargir l'analyse à des

phénomènes empiriques. Ces chapitres serviront à la fois de cas d'étude et d'illustration des transformations, et de leurs conséquences sociales et politiques surtout, que vivent nos sociétés. La deuxième partie du livre est ainsi consacrée à la relation qu'entretient le cyberspace avec le cœur de la science politique, c'est-à-dire les rapports de pouvoirs politiques dans les différents processus électoraux. Qu'apporte à l'analyse des élections la démocratisation du cyberspace et que change cette démocratisation pour les électeurs et les gouvernements?

Ainsi, le cinquième chapitre traitera du vote électronique et des débats entourant la participation électorale à l'ère du cyberspace. La question centrale du chapitre est de déterminer (et de mesurer) si le vote électronique favorise la mobilisation électorale durant les élections là où il est permis. À partir d'une analyse quantitative des données recueillies dans le cadre de l'Internet Voting Project (IVP) portant sur le vote par Internet lors des élections municipales ontariennes de 2014, les auteurs décrivent les effets qu'a eus le vote électronique sur la mobilisation électorale dans la perspective des élections municipales canadiennes.

Le sixième chapitre souligne l'importance grandissante de la publicité électorale en ligne au fil des dernières élections fédérales au Canada. L'accent est particulièrement mis sur les publicités négatives qui composent la majorité de la communication électorale et politique des partis politiques sur Internet. Les effets du cyberspace se font clairement sentir sur cet objet et cette pratique politique, puisque les transformations opérées par ce type de publicité ont modifié profondément la nature des campagnes électorales fédérales au Canada. Les campagnes électorales sont devenues permanentes et négatives en raison du cyber. Par ailleurs, le coût des publicités négatives a chuté de manière considérable avec l'utilisation des médias sociaux

notamment, tout en étant plus nombreuses en ligne et hors ligne. Par contre, leurs effets sur l'électorat sont plutôt contrastés pour le moment, selon l'auteur de ce chapitre.

Le dernier chapitre de la deuxième partie du livre analyse les effets politiques des vidéos en ligne, qu'elles soient de nature politique ou non. La popularité des vidéos en ligne devient incontournable dans l'analyse du phénomène politique et notamment durant les campagnes électorales, où leurs usages sont exploités sur plusieurs plans. Le défi méthodologique consistant à isoler adéquatement les causes (les vidéos politiques ou non politiques, mais qui le deviennent par l'usage politique qu'en font les internautes) des effets (conséquences politiques ou non) est bien posé dans ce chapitre. Sans réponse définitive face à un objet en plein développement, ce septième chapitre apporte néanmoins des éléments importants d'analyse au champ de recherche de la communication politique.

La troisième partie du livre présente trois objets traditionnels de recherche en sciences sociales et politiques qui ont été amplifiés et largement modifiés par le phénomène cyber. Cette partie remet en question les méthodes de recherche utilisées pour étudier ces nouveaux objets, en raison notamment de leur ampleur, mais aussi de leur spécificité. Quelles conséquences sociales et politiques engendrent la présence et la popularisation de ces objets?

À cet égard, les mobilisations sociales et politiques sont monnaie courante dans nos sociétés et elles ont été bien étudiées. Mais comment le phénomène cyber transforme-t-il ces manifestations? À partir du concept de «campagne militante numérique», le huitième chapitre expose, d'un point de vue macroscopique et quantitatif, en quoi ces campagnes militantes de nouvelle génération diffèrent des campagnes traditionnelles, notamment à propos du répertoire d'actions et de mobilisation collectives. Autrement dit, est-ce qu'il y a davantage de campagnes de

cyberactivisme dans les régimes démocratiques par rapport aux régimes autoritaires? Quelle est l'évolution du répertoire d'actions collectives depuis l'émergence du cyberspace?

La surveillance de masse sous le prisme des grandes agences gouvernementales de sécurité et de grands groupes privés sera l'objet du neuvième chapitre. Pour ce faire, les études de la surveillance, un champ de recherche en plein développement depuis 2013, seront mises à contribution dans ce que l'auteur nomme l'«économie politique des données personnelles». L'objectif est de porter un regard descriptif sur les pratiques et les usages des internautes, des grandes entreprises du cyberspace et des principales agences de renseignement pratiquant une surveillance d'Internet. Assistons-nous à la création d'un panoptique cybernétique qui influencerait les comportements collectifs des citoyens soumis consciemment ou non à cette surveillance de masse?

La ville intelligente est l'objet du dixième chapitre. La ville intelligente est présentée comme étant l'archétype de la convergence entre des intérêts privés, les objectifs d'efficacité des municipalités et la gestion de la somme importante de données générées par les citoyens des villes. L'émergence et la popularisation des villes intelligentes posent évidemment problème, notamment en raison des dynamiques politiques sous-jacentes à leur développement, des limites matérielles et sociales du déploiement d'un réseau de capteurs des comportements des citoyens et citoyennes, ainsi que de l'usage public ou privé qui sera fait de cette masse d'informations. Les auteurs exposent de ce fait les conséquences politiques concrètes des innovations permises par le cyberspace dans l'espace urbain, mais aussi les débats intellectuels et politiques quant à la pertinence des villes intelligentes.

Le dernier chapitre de ce livre aborde la question des communautés virtuelles masculinistes et antiféministes sous l'angle de leur propagation et de leur diffusion dans le cyberspace. Le chapitre expose toutes les possibilités qu'offre le cyberspace comme espace refuge pour une idéologie radicale à contre-courant de la pensée générale. De plus, ce chapitre illustre de quelle manière l'ethnographie virtuelle, ou netnographie, peut être un instrument intéressant pour appréhender des objets aussi complexes et mouvants que le masculinisme et ses pratiques identitaires dans le cyberspace. Cette étude de cas exploratoire s'intéresse donc à un blogue masculiniste articulé sous la logique d'un espace sécuritaire (*safe space*) présentant les hommes comme des personnes marginalisées par le système politique «dominé» par les féministes.

Conclusion

Le phénomène cyber touche une multitude d'objets politiques et ce livre n'effleure qu'une partie de cet ensemble. Cet ouvrage constitue donc une étape menant à d'autres analyses. Le pari, c'est d'approfondir les connaissances théoriques sur le phénomène cyber, notamment sur les plans politiques et sociaux, afin de mieux anticiper les futurs changements qu'apporteront inéluctablement les prochaines innovations technologiques et réticulaires. Au-delà des rapides changements technologiques, la nécessité de développer notre compréhension des dimensions sociales, individuelles ou collectives du cyberspace a un effet immédiat. Les domaines d'application sont immenses, comme le démontre l'échantillon d'objets de recherche et de phénomènes sociaux et politiques que propose ce livre. Ainsi, les sciences sociales et politiques gagnent sur tous les plans – crédibilité,

connaissances, utilité – à étudier toutes les dimensions du phénomène cyber.

Éthiquement, notre responsabilité est d'en prendre conscience pour comprendre et maîtriser davantage ce phénomène. La recherche et l'enseignement doivent ainsi jouer un grand rôle dans cette prise de conscience et cette adaptation, entre autres en raison des enjeux éthiques complexes et propres au terrain numérique. Le plus fondamental d'entre eux serait le respect des limites entre le privé et le public, limites rendues floues par les effets du cyberspace. La littérature s'accorde sur le fait que la délimitation entre ce qui est de nature privée et de nature publique dans le cyberspace est difficile, voire impossible (Latzko-Toth et Pastinelli, 2013).

Par ailleurs, ce n'est pas parce qu'une information est accessible dans le cyberspace qu'elle est *de facto* publique, et ce, en raison des écarts entre le contexte dans lequel un utilisateur partage une information et les conditions d'utilisation de la même information par le chercheur. Il faut aller au-delà de l'opposition binaire entre les dimensions du public et du privé en accordant une importance particulière au contexte des interactions numériques appréhendées, ce que Nissenbaum (2004) appelle l'«intégrité contextuelle». Il importe aussi d'obtenir le consentement libre et éclairé des participants à la recherche, considérant que bien souvent, les informations virtuelles constituent une extension du sujet et que les enjeux de confidentialité ne sont pas les mêmes dans le cyberspace. En effet, l'anonymisation des données est une étape souvent problématique (Zimmer, 2010) en raison de la traçabilité de la mémoire infonuagique permettant de (re)croiser des informations pour reconstituer l'identité des participants à la recherche tout en pouvant compromettre le droit à l'oubli numérique du sujet. Ainsi, l'anonymat est un enjeu majeur pour le processus de la recherche numérique,

d'autant plus que l'observation passive (*lurking*) d'espaces de discussion sécuritaire en ligne (*safe space*) représente un défi pour ne pas causer de préjudices aux sujets tout en évitant une non-aliénation des données (Bakardjieva et Feenberg, 2000).

Bibliographie

- BAKARDJIEVA, M. et A. FEENBERG (2000). «Involving the virtual subject», *Ethics and Information Technology*, n° 2, p. 233-240.
- BOULLIER, D. (2016). *Sociologie du numérique*, Paris, Armand Colin.
- DOWEK, G. (2015). «Quand le corps devient réseau», *Pour la science*, n° 447, janvier.
- DUPUY, G. (2008). «La fracture numérique: mythes et réalités», *Quaderni*, vol. 66, n° 1, p. 31-39.
- EISENSTEIN, E. (1991). *La révolution de l'imprimé dans l'Europe des premiers temps modernes*, Paris, La Découverte.
- LATZKO-TOTH, G. et M. PASTINELLI (2013). «Par-delà la dichotomie public/privé: la mise en visibilité des pratiques numériques et ses enjeux éthiques», *Tic & société*, vol. 7, n° 2, p. 149-175.
- LEMLEY, M.A. (2003). «Place and cyberspace», *California Law Review*, vol. 91, n° 2, p. 522-526.
- NISSENBAUM, H. (2004). «Privacy as contextual integrity», *Washington Law Review*, vol. 79, n° 1, p. 119-157.
- PAILLÉ, P. et A. MUCHIELLI (2012). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, 3^e édition, Paris, Armand Colin.
- SAMAAN, J.-L. (2008). «Mythes et réalités des cyberguerres», *Politique étrangère*, n° 4, p. 829-841.
- SCHOLL, H.J. (dir.) (2010). *E-Government: Information, Technology, and Transformation*, New York, M.E. Sharpe.
- TISSERON, S. (2002). *L'Intimité surexposée*, Paris, Hachette.

ZIMMER, M. (2010). «“But the data is already public”: On the ethics of research in Facebook», *Ethics and Information Technology*, vol. 12, n° 4, p. 313-325.

PARTIE 1 /

ÉLÉMENTS FONDAMENTAUX POUR LA COMPRÉHENSION DU CYBERESPACE

Définitions, méthodes et terrains

CHAPITRE 1 /

L'espace, le temps et les individus dans le cyberspace

Sabrina Dupéré et Hugo Loiseau

Le cyberspace induit de nombreux changements, notamment dans notre rapport quotidien au réel. Ces dernières années, presque toutes les dimensions de la vie humaine ont été touchées par le phénomène cyber. Comment expliquer cet envahissement et ses conséquences sur les plans sociaux et politiques? Comment comprendre cette prégnance de plus en plus forte du phénomène cyber? Quels sont les effets de ce phénomène sur la vie sociale et politique? Enfin, quels sont ses effets sur la recherche en sciences sociales et politiques?

Une grande part des réponses à ces questions se trouve dans les trois éléments fondamentaux que transforme le phénomène cyber: l'espace, le temps et les individus. Si bien que le réel est de plus en plus poreux au virtuel et que l'un et l'autre s'alimentent et s'influencent mutuellement. Que ce soit notre perception, notre représentation ou nos rapports, tout relatifs, à ces trois éléments, seuls ou les trois à la fois, le réel et l'accès au réel ne semblent plus les mêmes à cause de la présence du cyberspace. La médiation informatique et réticulaire (les couches physique et logicielle du tableau présenté au troisième chapitre) formate l'accès à la couche informationnelle, ce qui provoque des changements sociaux et politiques de la

couche sociale du cyberspace et, au final, modifie les comportements individuels et collectifs.

Ce premier chapitre désire donc exposer les effets parfois surprenants et paradoxaux du cyberspace. Tout d'abord, les effets du cyberspace sur l'espace et sa perception seront présentés. Par la suite, les conséquences du cyber sur le rapport au temps seront analysées, notamment dans leur influence sur la malléabilité de ce rapport. Enfin, les individus, vus de façon individuelle ou collective, sont eux aussi touchés par le phénomène cyber. Plus précisément, les changements provoqués dans la nature de leurs identités seront démontrés.

1.1 / L'espace

Le cyberspace modifie l'espace, du moins la conception que l'on se fait de celui-ci. À travers les effets qu'exerce le cyberspace sur l'espace, ce dernier apparaît moins limitant qu'il ne l'est dans le monde matériel, grâce au dépassement des contraintes de la géographie et de la physicalité qu'il permet (Choucri, 2013, p. 3). Explorons ces effets à travers le prisme de la réalité et celui de l'ubiquité.

1.1.1 / La réalité

Parce que le cyberspace génère un Nouveau Monde au sens métaphorique, ou même métaphysique, il est nécessaire de s'interroger sur le rapport qu'il entretient avec la réalité. On ne doute pas que le cyberspace soit réel, mais nous pouvons nous demander à quel genre de réalité celui-ci appartient. D'abord, le cyberspace n'est certainement pas une fiction, puisque cette dernière se définit comme une réalité imaginée, alors que le cyberspace existe à partir d'un autre niveau «plus concret d'abstraction» (Batty, 1997, p. 339). Selon Batty, ce qui

distingue le cyberspace de la réalité et de la fiction est la nature de l'activité qui est permise par l'ordinateur. L'ordinateur est avant tout un outil de calcul¹, et tout type de calcul est en fait une opération virtuelle, éthérée. À partir de cette perspective, on conclut que l'espace généré par les ordinateurs et les réseaux serait en fait une «réalité virtuelle» positionnée quelque part entre la réalité tangible, où les objets sont localisables spatialement, et la fiction, où les objets sont des créations de l'imaginaire (Batty, 1997, p. 339).

Ainsi, la «réalité virtuelle²» est une réalité qui a l'effet de la réalité tangible, mais qui est en décalage par rapport à sa forme authentique. À cet égard, on parle du cyberspace comme d'un «espace des flux» et non comme un espace physique (Castells, 1998). En effet, «les lieux perdent la substance même de leur signification culturelle, historique et géographique, pour être intégrés dans des réseaux fonctionnels produisant un espace des flux qui se substitue à l'espace des lieux» (Castells, 1998, p. 472). Il s'agit d'une sorte de simulation ou de remplacement de la réalité tangible, mais qui comporte néanmoins une puissance et une validité cognitive; en raison de son effet sur les gens, c'est pratiquement le «vrai».

En effet, si le cyberspace crée une certaine réalité virtuelle, abstraite et éthérée, celle-ci transforme néanmoins à son tour la réalité matérielle et donc les gens qui sont sujets pensants de l'abstraction qu'est le cyberspace. Si nous pouvons effectivement décrire un flux de données numériques transitant à travers un ou plusieurs réseaux comme étant un objet virtuel, non localisable spatialement au contraire d'un objet tangible, ce flux est toutefois bel et bien réel compte tenu de ses effets sur nos sociétés et de l'authenticité de la charge émotionnelle qui peut être ressentie à travers le contenu qu'il transmet. Ainsi, le caractère «réel» du cyberspace tient avant tout de

son lien avec le monde réel; la réalité qu'il génère est dépendante de l'écho qu'elle a dans le monde réel. La réalité virtuelle amène tout un bagage de possibilités aux effets multiples, mais sans le contexte de la vie quotidienne et ordinaire qui occupe le monde réel, ces possibilités n'auraient aucune valeur et ces effets n'existeraient donc pas (Graham, 1999, p. 166).

On comprend alors que le cyberspace garde un certain détachement avec la réalité. Par conséquent, certains éléments cruciaux de la réalité y sont manquants. Par exemple, le cyberspace est entendu comme le cinquième espace, après la terre, la mer, l'air et la stratosphère, où peut se déployer une force et s'exprimer une pensée stratégique militaire. Toutefois, il existe un décalage entre les effets d'un déploiement en milieu traditionnel, le monde réel tangible, et ceux d'un déploiement dans le cyberspace. Le décalage le plus considérable est le caractère non létal du cyberspace: les actions les plus conflictuelles dans cet espace ne sont pas létales (Kempf, 2014, p. 84) – du moins, au moment présent³. Pourtant, un des critères traditionnels de la guerre tient au fait de donner, ou de recevoir, la mort. Également, la non-létalité du cyberspace, combinée à son opacité – c'est-à-dire le fait qu'il est difficile de percevoir et reconnaître l'ensemble des activités qui y prennent place –, fait que les actions qui s'y mènent font peu de bruit, et surtout ne mobilisent pas aisément l'émotion médiatique. Dans cette perspective, la réalité induite par le cyberspace n'est pas totalement conforme à celle que nous expérimentons dans le monde réel; nous ne pouvons alors que parler d'une quasi-correspondance, d'une réalité «virtuellement» – au sens anglais du terme – comparable à celle qui a permis de lui donner une importance.

1.1.2 / **L'ubiquité**

L'ubiquité se définit comme la capacité d'être présent en tout lieu. C'est l'aspect sans fil du cyberspace qui permet de faire des rapprochements avec l'ubiquité de l'atmosphère. En termes techniques, la physique du cyberspace sans fil est rendue possible grâce à un spectre électromagnétique qui, sous forme d'ondes, imprègne le monde réel (Borgmann, 2015, p. 2).

D'un point de vue plus pratique, l'ubiquité du cyberspace signifie que les utilisateurs de partout dans le monde ont accès quotidiennement à un ensemble de services numériques à travers une gamme d'appareils informatiques, et ce, parfois sans en avoir conscience. Ces appareils facilitent l'accès à l'information pour tout le monde, n'importe où et n'importe quand, et permettent aux utilisateurs de communiquer et d'échanger des données facilement, rapidement et sans effort, quelle que soit leur position géographique (Hansmann *et al.*, 2001). Le caractère ubiquitaire du cyberspace lui donne ainsi une portée internationale, mais également généralisée dans les différents domaines des activités sociales.

Le cyberspace comprend une quantité massive de données qui en viennent à modifier profondément la portée de la communication humaine et permettent de diminuer considérablement le coût – comparativement au téléphone par exemple – de la communication, et ce, à des distances auparavant impossibles à franchir instantanément. Toutefois, contrairement à celle de l'atmosphère, «l'omniprésence» du cyberspace est limitée. Contrairement à l'atmosphère qui enveloppe également l'entièreté de la planète, le cyberspace comporte de grandes disparités en matière d'accès au cyberspace, à l'échelle tant mondiale, nationale que locale (Flew et Smith, 2014, p. 71).

D'abord, certaines populations atteignent des records de connectivité au réseau Internet – en l'occurrence, les pays

nordiques –, alors qu'à peine 2% de la population d'autres pays⁴ ont accès au réseau (Internet Society, 2017; Union internationale des télécommunications, 2016). Aussi, si cette disparité est fortement marquée d'une part entre les pays riches et les pays pauvres, elle l'est aussi, d'autre part, entre les zones urbaines denses et les zones rurales. Le Canada, pays vaste et peu peuplé, est aux prises avec le problème du «fossé numérique» entre les régions urbaines et rurales qui sépare ceux qui utilisent les services à large bande (communément, Internet à haute vitesse) de ceux qui n'y ont pas accès (Theckedath et Thomas, 2011). Les disparités en matière d'accès sont généralement liées à la couche physique du cyberspace; l'insuffisance des infrastructures dans certains pays africains ou encore l'écart d'accès à un ordinateur entre les populations les plus pauvres et les plus riches en Inde sont des exemples de coupure physique entre le monde réel et le cyberspace.

Ensuite, n'oublions pas que des frontières virtuelles existent et qu'elles permettent d'exercer une certaine censure du contenu du cyberspace. La grande muraille électronique de la Chine (*Great Firewall of China*), soit le système de filtrage largement considéré comme étant le plus sophistiqué au monde, est un exemple d'une limitation tenant des couches logicielle et informationnelle. En effet, même si plus de 50% de la population chinoise a accès au cyberspace et à Internet (Union internationale des télécommunications, 2016), ce qui implique que la couche physique est très bien intégrée localement, la réglementation de Beijing criminalise toutefois certains discours et activités en ligne. Le blocage de sites Web sélectionnés et le filtrage de mots-clés recherchés par les ordinateurs situés en Chine continentale, notamment, modifient ainsi la couche informationnelle en agissant à travers la couche logicielle (Clayton, Murdoch et Watson, 2007).

Ainsi, peut-on parler d'ubiquité lorsque toutes et tous n'ont pas accès au cyberspace de la même manière ou encore au même contenu? Le cyberspace est un milieu qui est conçu pour être globalement résilient, mais il demeure localement précaire. Les disparités liées au phénomène de fracture numérique rendent ainsi l'accessibilité aux services très inégale d'une région à l'autre, ou même d'un individu à un autre.

1.2 / Le temps

Le cyberspace transforme l'espace, mais aussi le temps. En ce lieu, «le temps [...] est effacé [puisque] le passé, le présent et l'avenir peuvent être programmés pour interagir les uns avec les autres en un même message» (Castells, 1998, p. 472). Ainsi, si l'espace devient flux, la temporalité conventionnelle devient certainement intemporelle. Nous explorerons cette «détemporalité» à travers l'instantanéité et la mémoire. Étant donné que les dimensions du temps et de l'espace sont deux notions inséparables qui s'influencent l'une et l'autre, nous relèverons à plusieurs reprises le lien intrinsèque entre celles-ci. Toutefois, afin de bien circonscrire le rôle des deux caractéristiques choisies, nous prendrons soin de les expliquer d'abord de manière isolée.

1.2.1 / L'instantanéité

Le caractère instantané du cyberspace signifie que les interactions à travers cet environnement, comme une recherche sur la Toile ou une conversation en ligne par exemple, n'introduisent pas de délai supplémentaire à une interaction directe «naturelle». En d'autres mots, l'instantanéité implique une réduction de la temporalité au moment présent (Rouquette, 2010, p. 67). La temporalité est alors dégagée de toute contrainte et de toute dimension

spatiale; le cyberspace procure donc une représentation d'un temps sans espace, conçu sans égard aux déplacements pour effectuer certaines activités quotidiennes (Bonneville, 2008). Ainsi, le cyberspace et particulièrement Internet sont en mesure de proposer une temporalité différente de celle qui a cours dans le monde réel. De manière plus concrète, le cyberspace est un système dont les rapports communicationnels sont fondés sur l'instantanéité, ce qui permet la transmission extrêmement rapide d'une grande quantité d'informations, et ce, à bas coût. Plus encore, avec l'émergence du cyberspace a surgi une variété de moyens de communication, d'interaction et d'accès rapide à l'information par lesquels nous ne faisons plus seulement qu'expédier du contenu, nous en produisons et reproduisons aussi.

Lorsque conjuguée à l'ubiquité, l'instantanéité a un effet de rapprochement et entraîne une proximité spatiale entre les internautes, mais également entre ces derniers et une variété de services. En effet, le cyberspace et Internet sont intrinsèquement internationaux, voire transnationaux; indépendamment de l'endroit où il se trouve, chaque site Web peut être consulté instantanément par chaque ordinateur connecté, dans les limites décrites ci-dessus. La distance et l'espace sont devenus sans pertinence. Outre par le contenu et l'information qu'il donne, se référer à un site Web comme à un objet national ou local est presque inutile (Kobrin, 2001, p. 696).

À travers les médias sociaux, le caractère instantané du cyberspace apparaît évident. Des outils comme Twitter permettent aux utilisateurs de composer des messages constitués de 140 caractères et de les partager instantanément avec leurs abonnés. L'ampleur, c'est-à-dire la quantité de partages dont un message fait l'objet, dépend particulièrement de cette caractéristique du cyberspace.

En effet, le propre des réseaux sociaux est qu'ils ne nécessitent pas forcément de relais nombreux de la part des utilisateurs, au contraire d'une chaîne de lettre envoyée par courriel. En fait, ils sont des amplificateurs quasi instantanés du partage en réseau d'informations. Cela joue un rôle déterminant dans la mobilisation de groupes sociaux à travers les technologies numériques (Dakhli, 2011, p. 95), comme le démontreront les [chapitres 8](#) et [11](#) du présent ouvrage. L'exemple qui suit témoigne particulièrement bien de la rapidité permise par le milieu et de sa portée internationale.

Le 20 décembre 2013, une femme responsable des relations publiques d'une entreprise a partagé un gazouillis⁵ jugé offensant à ses 170 abonnés (ce qui est peu dans l'univers du média social) alors qu'elle s'apprêtait à prendre l'avion en direction de l'Afrique du Sud (Ronson, 2015a). Le gazouillis en question a enflammé le média social au point qu'en l'espace de 11 heures (soit le nombre d'heures s'étant écoulées entre son départ de New York et son arrivée à Le Cap), cette femme est devenue le sujet tendance (*trending topic*) le plus important sur le site de Twitter. Plus de 100 000 gazouillis ont été produits en réponse aux propos tenus par cette femme, certains remettant en question ses compétences en relations publiques et demandant son congédiement, d'autres soulignant le caractère offensant du gazouillis ou accusant la femme d'ignorance (Ronson, 2015b). Un utilisateur de Twitter s'est même déplacé à l'aéroport pour partager des images de son arrivée sur le média social. Les médias traditionnels ont ensuite repris la nouvelle, ce qui a contribué à publiciser davantage l'incident, qui mena finalement au congédiement de cette femme. Cet exemple souligne avec force le caractère instantané du cyberspace, la rapidité à laquelle circule l'information et l'effet de proximité qu'il entraîne entre les internautes, dans ce cas-ci

d'un continent à l'autre. Ainsi, l'effet amplificateur des médias sociaux s'avère être particulièrement observable dans les cas de cyberharcèlement, de cyberintimidation, d'humiliation en ligne (*online shaming*) et plus généralement dans la question de la réputation numérique.

1.2.2 / **La mémoire**

Le concept de «mémoire» fait référence à une certaine suspension du temps. Plus précisément, la mémoire permet d'emmagasiner, de conserver, malgré le temps qui passe, l'intégrité des données produites dans le cyberspace, ainsi que de les récupérer. L'aspect mémoriel du cyberspace concerne, pour l'essentiel, la couche informationnelle. En effet, le cyberspace, par l'interaction des quatre couches, peut être imaginé comme un dispositif de mémoire artificielle. Que nous ayons en tête l'image d'un bureau sur lequel sont disposées plusieurs petites icônes, d'une autoroute informationnelle ou encore d'un monde entier constitué de fichiers, de dossiers et de sites Web, nous sommes tout de même bien loin de la conservation d'informations tangibles sur des papiers regroupés dans de grandes salles pleines de classeurs.

Le dispositif de mémoire artificielle qu'est le cyberspace permet l'entreposage ou, de manière plus imagée, la «mémorisation» d'une quantité massive d'informations à partir de laquelle celles-ci peuvent être facilement retrouvées et récupérées par l'utilisateur. De plus, le cyberspace permet la reproduction rapide de l'information, une fonction déjà acquise avec l'invention de l'imprimerie. En ce sens, le dispositif de mémoire artificielle permet aux utilisateurs de publier plusieurs copies identiques d'un texte, d'un fichier ou d'un ensemble de données sous la forme choisie pour sa diffusion. Toutefois, le fait qu'une mémoire artificielle existe en dehors de notre propre corps amène des désavantages pour l'utilisateur de celle-ci.

Parmi les désavantages soulevés, l'un d'eux avait déjà été évoqué lors de l'invention de l'écriture et puis de l'imprimerie. En effet, on craignait que l'invention de l'écriture altère négativement la mémoire humaine, et ce, depuis la critique formulée par Socrate à cet effet (Marcus, 2002, p. 19). Aujourd'hui, on soutient que l'utilisation de l'ordinateur affaiblit considérablement les fonctions mnémoniques des utilisateurs, des fonctions déjà minées par l'utilisation antérieure d'appareils comme le film et le magnétophone (Marcus, 2002, p. 19). Outre l'effet physiologique des dispositifs de mémoire artificielle, dont le cyberspace représente la forme la plus évoluée, les sociétés sont également devenues dépendantes de la mémoire artificielle.

Que ferions-nous si la mémoire artificielle sur laquelle nous comptons devenait soudainement hors de notre contrôle ou encore inaccessible? L'envahissement du cyberspace dans toutes les sphères de notre quotidien nous a amenés à entreposer une grande quantité d'informations précieuses dans le cyberspace, des informations qui, étant extérieures à nous, peuvent être reproduites, publiées et utilisées sans notre consentement. La capacité mémorielle du cyberspace peut ainsi faciliter le vol d'identité, qui existait néanmoins bien avant son invention. De plus, même après une tentative de suppression, les informations mémorisées dans le cyberspace ont tendance à y demeurer, qu'elles soient des informations personnelles ou professionnelles délicates ou simplement des commentaires sur des médias sociaux dont les internautes finissent par regretter la publication. C'est d'ailleurs dans cette optique que l'on parle du développement d'un droit à l'oubli dans le cyberspace; ce droit permettrait aux individus de demander le retrait de certaines informations qui leur sont nuisibles personnellement ou professionnellement.

Finalement, l'accès à ce dispositif de mémoire artificielle est entièrement dépendant de l'intégrité de chacune des couches du cyberspace. Une attaque par déni de service, par exemple, rend inaccessible un service, mais également des informations. Les entreprises, parallèlement à leurs activités commerciales, s'affairent ainsi à développer des mécanismes de résilience afin de faire face à ce genre de situation qui compromettrait l'accès aux données stockées dans le cyberspace.

1.3 / Les individus

Des individus de partout sur la planète expérimentent le cyberspace à travers une multitude d'activités basées sur la communication. Comme nous l'avons mentionné, la couche sociale chevauche le monde réel et virtuel. Elle existe en l'absence du cyberspace, mais se projette aussi immatériellement dans le cyberspace. Toutefois, on s'en doute, il n'y a pas congruence entre la couche sociale dans le monde réel et sa projection dans le cyberspace. À la croisée des quelques caractéristiques exposées dans la présente section, le cyberspace induit certains effets sur les individus, plus précisément, des effets sur l'identité et la formation de communautés virtuelles.

1.3.1 / L'identité

L'expansion du cyberspace et de ses réseaux a permis de relier des millions de personnes, altérant ainsi la façon dont nous pensons, la forme de nos communautés et même notre identité. En effet, cette dernière semble maintenant se projeter de multiples façons dans le cyberspace, et ce, en fonction de la variété des contextes qui y sont offerts (Turkle, 1999). Le cyberspace contribue alors à offrir des possibilités supplémentaires dans le projet réflexif qu'est la

construction de l'identité, alors même que cette tendance est déjà bien implantée dans les sociétés modernes, où l'identité n'est plus seulement un objet hérité ou inné (Giddens, 1991).

Cette projection multifacette est possible grâce à l'interface numérique du cyberspace qui masque la perception physique de l'autre et rend possible l'expérimentation d'identités qui transcendent le corps. Lorsqu'à travers l'écran, nous rejoignons les communautés virtuelles, nous reconstruisons nos identités de l'autre côté de celui-ci (Turkle, 1997, p. 177). Cela est possible en raison du relatif anonymat que permet l'opacité du cyberspace. En effet, les utilisateurs ne sont connus que par la description textuelle qu'ils fournissent (Turkle, 1999, p. 643). Le cyberspace offre ainsi suffisamment d'espace pour que les individus se projettent à travers diverses *personae* virtuels. Selon l'utilisation qu'ils feront de l'espace, certains peuvent se contenter de dissimuler ou de simuler certaines caractéristiques, et d'autres peuvent vouloir se substituer à d'autres individus ou demeurer anonymes.

Plusieurs études ont déterminé que l'anonymat visuel permis par le cyberspace conduit les internautes à adopter des comportements tant antisociaux que bienfaisants dans des contextes de communication médiés par ordinateur, tout en les amenant à divulguer plus d'informations personnelles qu'ils ne le feraient dans une communication directe ou en «face-à-face» (Lau, 2010, p. 388; Hine, 2005, p. 23; Joinson, 2001). Ces effets découleraient du fait que pour certains, le cyberspace fournit en quelque sorte un «moratoire psychosocial⁶», soit un moment d'interaction intense avec des gens et des idées où les conséquences de ces interactions sont suspendues ou encore absentes (Turkle, 1999, p. 644).

Ainsi, dans certains cas, le caractère anonyme que confère le cyberspace associé à la notion de «moratoire psychosocial» conduiraient les internautes à développer des relations profondes et significatives ou encore à exprimer plus facilement certaines facettes de leur identité (Turkle, 1999, p. 644). Dans d'autres cas, ils peuvent amener les internautes à générer des polémiques dans le but de déstabiliser l'équilibre de la communauté (ce qu'on appelle dans le jargon informatique des «trolls»), à se faire passer pour quelqu'un d'autre dans le but de tromper (Revillard, 2000, p. 112), ou encore à tenir des propos offensants, voire violents, sur les médias sociaux (Gurumurthy et Niveditha, 2009). Ces phénomènes se réalisent tous plus facilement dans le cyberspace que dans le monde réel social en raison du relatif anonymat que confère le cyberspace (Ghosh et Turrini, 2011, p. 228).

Assurément, une fois que l'identité devient inconnue et malléable, le cyberspace fournit également les moyens de perpétrer des activités criminelles à portée étendue, notamment en raison du caractère ubiquitaire du cyberspace, et ce, en minimisant les chances que l'on soit appréhendé par les autorités. L'anonymat et l'habileté à «revêtir» toutes sortes d'identités constituent un avantage pour les cybercriminels. Le cyberspace leur permet notamment de brouiller les informations concernant leur localisation géographique, les rendant impossibles à retracer (Ghosh et Turrini, 2011, p. 228). Ainsi, le maintien de l'ordre fait face à des obstacles techniques qui en pratique atténuent le pouvoir de l'État dans le cyberspace, tout cela en raison de la nature du cyberspace et des caractéristiques qui en découlent.

D'autre part, notons que le caractère anonyme du cyberspace permet également aux lanceurs d'alertes et aux militants politiques d'exprimer des opinions critiques à l'égard des gouvernements. Le Printemps arabe et l'affaire

Snowden sont de probants exemples appartenant à cette catégorie d'actions politiques. De cette perspective, l'anonymat permet aux internautes d'étendre leur liberté d'expression dans le monde virtuel et d'exprimer leur point de vue sans crainte de représailles (Akdeniz, 2002). Toutefois, comme en témoignent les cas d'arrestations de militants d'Internet – 38 pays dans le monde ont procédé à des arrestations sur la base des médias sociaux au cours de l'année 2016 (Freedom House, 2016) –, l'anonymat que confère le cyberspace n'est pas total.

Comme le fait remarquer Du Pont (2000), deux principaux types d'anonymat coexistent. Le premier type d'anonymat est le véritable anonymat, celui qui empêche de retracer l'identité des utilisateurs. Ce type d'anonymat confère un potentiel exceptionnel pour commettre des actes répréhensibles (Ghosh et Turrini, 2011; Du Pont, 2000). Dans le second type d'anonymat, retracer les actions et les communications d'individus ou de groupes est possible. Bien que l'identité puisse sembler réellement anonyme puisqu'elle n'est pas explicite, l'identité réelle peut être découverte, notamment grâce à l'adresse IP d'un appareil électronique. Ce type d'anonymat peut permettre aux citoyens d'une démocratie d'exprimer leurs opinions sans crainte pour leur réputation personnelle, mais il les oblige à prendre la responsabilité ultime de leurs actions en cas de besoin (Du Pont, 2000, p. 196). Toutefois, «bien que les gouvernements puissent abuser de leur capacité à retracer l'identité des individus agissant pseudoanonymement, il n'est pas dans l'intérêt des gouvernements de briser cette confiance; en respectant les identités pseudoanonymes, les gouvernements peuvent souvent éviter les abus beaucoup plus dangereux découlant d'un véritable anonymat» (traduction libre de Du Pont, 2000, p. 196).

Que ce soit à des fins criminelles ou politiques, l'anonymat est utilisé comme un bouclier contre l'autorité,

souvent étatique, et son influence sur l'espace physique. Nous pouvons ici souligner l'influence de la couche sociale sur les couches inférieures du cyberspace. En effet, les ordinateurs, les réseaux, les logiciels et l'information sont des instruments neutres; ce sont toutefois les individus qui peuvent rendre son usage répréhensible ou foncièrement politique.

1.3.2 / **Les cybercommunautés**

De nos jours, la vie quotidienne des gens se compose d'activités effectuées dans et à travers de multiples communautés liées aux régions géographiques fréquentées ou à l'affiliation professionnelle par exemple, et au-delà même du monde réel, soit à travers les communautés virtuelles⁷. Partie intégrante de la couche sociale du modèle proposé dans ce chapitre, les cybercommunautés sont parfois construites en premier lieu dans le cyberspace et existent où personne ne vit physiquement. Dans ce cas-ci, elles sont donc avant tout immatérielles, mais rien ne les empêche de se matérialiser dans le monde réel en second lieu. À cet égard, à travers la messagerie électronique, la consultation de sites Web ou l'utilisation de médias sociaux, un lien social est établi qui pourra se maintenir et se renforcer à travers les relations sociales prenant place dans le monde matériel. Pensons à la pléthore de sites Web ou d'applications de rencontres amoureuses!

Dans d'autres cas, le cyberspace peut servir de moyen afin de maintenir et renforcer un lien social déjà présent dans le monde réel, ou encore contribuer à une érosion moins rapide de celui-ci. Le cyberspace a ainsi ouvert de nouvelles perspectives pour les diasporas, les minorités culturelles, sociales ou politiques et autres populations représentant parfois de faibles proportions de la population générale ou encore pour des groupes qui auparavant occupaient moins l'espace public. Par exemple, plusieurs

campements de la nébuleuse du mouvement Occupy se sont formés d'abord dans le monde réel. Le véhicule virtuel a alors servi d'outil de mobilisation avant l'occupation, et d'outil de relations publiques pendant et après l'occupation des différents lieux.

À l'instar des communautés réelles, les communautés virtuelles se composent de membres partageant un champ d'intérêt, réunis sur une base volontaire et qui adoptent implicitement ou explicitement un ensemble de règles (telles que des règles d'admission, d'exclusion et de comportement) (Graham, 1999). Les communautés cybernétiques, plus ou moins exclusives et fermées, ont généralement un but précis. Ces buts sont si nombreux qu'il n'est possible ici que d'en nommer quelques-uns: la recherche de relations amicales, amoureuses ou sexuelles, le partage d'idées, d'images ou de nouvelles, la discussion avec des gens aux mentalités semblables, la vente d'articles, le jeu ou encore la volonté affirmée d'amener des changements dans les structures sociales (Flew et Smith, 2014). Les communautés virtuelles peuvent également être organisées autour de passe-temps en particulier, d'un style de vie, de la croyance religieuse, d'une origine nationale ou de vécus partagés entre certains internautes.

Un sentiment de communauté émerge des interactions, en fonction des échanges, du soutien entre les membres et de leur lien identitaire, de telle sorte que les interactions en ligne deviennent une facette importante de la vie des membres et contribuent au développement d'un sentiment d'appartenance (Blanchard, 2008, p. 2110; Bakardjieva, 2003). Les différents objectifs des nombreuses communautés virtuelles semblent refléter l'insatisfaction de leurs membres à l'égard des limites des communautés réelles (Flew et Smith, 2014, p. 69). Ces insatisfactions sont multiples.

D'abord, faire connaître nos champs d'intérêt et trouver d'autres individus qui les partagent peut être difficile dans le cadre d'interactions sociales traditionnelles. Cependant, la nature du cyberspace nous amène tous et toutes à textualiser ou à rendre lisibles à travers la couche informationnelle nos champs d'intérêt, nos exigences et nos dispositions. Cela a pour effet de faciliter la recherche d'autres personnes qui partagent nos champs d'intérêt, nos exigences et nos dispositions. Ensuite, la distance peut être grande entre les personnes partageant un même champ d'intérêt, un but particulier ou encore une identité commune. Toutefois, l'enjeu de distance dans une communauté virtuelle est annulé par l'instantanéité et l'ubiquité du cyberspace. Dans d'autres cas, l'insatisfaction face à une communauté réelle peut venir du besoin d'anonymat que confère, par contraste, l'opacité du cyberspace. À travers ces insatisfactions, le cyberspace peut être perçu comme un outil offrant de nouvelles possibilités, comme celles de remodeler la société et la culture à travers l'abolition des distances et des identités «cachées».

La communication en ligne s'effectue à travers les cybercommunautés. Ce sont notamment les conséquences de ce type d'interactions sociales qui suscitent l'intérêt de chercheurs issus de plusieurs disciplines. Une question qui intéresse les sciences sociales et politiques est à savoir si la communication sur Internet contribue à relativiser les points de vue ou, au contraire, à les radicaliser. L'analyse de l'influence de la communication qui se produit dans le cyberspace sur différents points de vue idéologiques entretenus par la couche sociale fait l'objet de contradictions. Ces contradictions se traduisent par une certaine opposition entre le paradigme du contact et celui du conflit qui, tous les deux, sont soutenus par des preuves empiriques (Pons-De Wit, Versteeg et Roeland, 2015).

Prenons l'exemple du religieux numérique à travers la théorie de la religion en réseau et celle de la cyberbalkanisation.

La théorisation de la religion en réseau soutient qu'Internet a pour principale conséquence sociale de démocratiser le débat religieux et, de ce fait, d'augmenter le relativisme religieux. En premier lieu, cette conséquence découlerait du fait que le cyberspace, plus particulièrement Internet, accroît les possibilités pour les individus de discuter de questions religieuses avec d'autres membres de leurs communautés ou encore de diffuser des messages sans l'intermédiaire des autorités religieuses (Pons-De Wit, Versteeg et Roeland, 2015, p. 92). C'est pourquoi on connaîtrait jusqu'à ce jour un effritement du monopole de ces autorités dans la définition des croyances, ce qui entraîne du même coup une structure de communication moins hiérarchique et plus démocratique où l'interprétation des textes sacrés est plus fluide (Turner, 2007, p. 118). En second lieu, le cyberspace ouvre de multiples possibilités de contacts interreligieux qui ont le potentiel d'exposer les individus à une diversité d'idées religieuses contribuant à redéfinir leurs propres croyances. Ce serait donc en partie pour ces raisons que l'influence des formes traditionnelles et institutionnalisées de la religion a diminué en popularité au profit d'une autorité plus forte de l'individu lui-même qui s'exprime de plus en plus dans les mondes virtuels (Wagner, 2011). Ce dernier sera ainsi porté à adopter une vision du monde davantage pluraliste qui souligne un relativisme quant aux croyances, aux identités et aux institutions religieuses.

La seconde théorisation du religieux à travers le cyberspace soutient l'idée que la communication en ligne favorise l'extrémisme religieux et la polarisation des idées. Si le pluralisme et la démocratisation de masse sont effectivement bien ancrés dans les sociétés

postindustrielles, ils seraient toutefois compromis par le caractère fragmenté de la communication en ligne (Papacharissi, 2002). En effet, la quantité massive et grandissante d'informations émises dans le cyberspace entraîne une surcharge d'informations pour les utilisateurs individuels, qu'elles soient organisées ou non. Par conséquent, Internet devient de plus en plus personnalisé, et les individus sélectionnent des informations conformes à leurs souhaits, préférences et points de vue. Selon la théorie de la cyberbalkanisation, les individus vivent de plus en plus dans une «bulle de filtre» caractérisée par une exposition répétée à leurs propres points de vue et une absence de communication qui s'oppose à ces derniers (Pons-De Wit, Versteeg et Roeland, 2015, p. 93). Les opinions se confortent ainsi dans une forme de chambre à écho idéologique, comme le décrit le deuxième chapitre de cet ouvrage.

Ultimement, cette «bulle de filtre» entraîne une prolifération de points de vue extrêmes ainsi qu'une intolérance croissante envers les groupes extérieurs. La polarisation religieuse – mais aussi tous autres types de polarisation relative à d'autres enjeux opposant plusieurs groupes sociaux aux valeurs divergentes – sera également accentuée par les particularités communicatives de la communication en ligne. Ce type d'interactions est caractérisé par des commentaires nécessairement courts, précipités, parfois provocateurs et empreints de préjugés souvent attribuables à un «climat de débat plutôt infructueux dans lequel les discussions tendent à devenir très polarisées, peu nuancées, en plus d'être compétitives et souvent antagonistes» (Alvstad, 2010, p. 79).

Ces deux théories, quoique pertinentes pour guider l'analyse des phénomènes liés à la communication en ligne, n'incorporent pas la dimension contextuelle et ne peuvent pas expliquer pourquoi une rencontre mène parfois à un

conflit ou d'autres fois à de la compréhension mutuelle. L'analyse du phénomène de communauté virtuelle doit ainsi nécessairement passer par la compréhension du contexte social physique des membres d'une communauté virtuelle, mais également par l'évaluation de l'influence qu'ont les communautés virtuelles sur le contexte social physique. L'analyse doit donc adopter un processus itératif entre réel et virtuel.

Conclusion

Comme il a été constaté dans les lignes précédentes, le phénomène cyber englobe de multiples facettes de la vie quotidienne et ses effets sont importants pour la vie sociale et politique. Le phénomène cyber s'imbrique dans des bases sociales solides et communes telles que les réseaux sociaux, le besoin de s'exprimer des individus, les capacités intellectuelles des internautes, les croyances, les idéologies et les diverses opinions partagées par ces mêmes internautes. En somme, le cyber a engendré une nouvelle projection de soi aux identités multiples, éphémères et ambiguës qui est désormais matérialisée sur les différents médias que supportent le réseau Internet et le cyberespace. Ainsi, le cyberespace participe à l'externalisation et à l'expansion des moyens humains par les techniques et les technologies, mais aussi à la création de nouveaux réseaux sociaux denses. Ses effets sociaux et politiques restent à être explorés par la recherche, mais il est certain qu'ils contribuent grandement à modifier notre rapport quotidien au réel.

Pour les chercheurs, le plus grand changement qu'apporte le cyber consiste en possibilités considérables pour la recherche. Le cyberespace devient un outil très important pour la recherche scientifique et notamment pour la recherche en sciences sociales et politiques, puisque l'objet

même de ces recherches, les relations sociales, en est profondément métamorphosé. La relation entre le chercheur et ses sujets passe maintenant en grande partie par le cyberspace, qui agit comme un médiateur. Ainsi, pour concevoir, pour financer, pour mener et pour publier une recherche, le cyberspace est devenu un espace intermédiaire incontournable. Tout ça parce que l'espace, le temps et les individus ont été altérés par le cyber. Il est désormais possible d'affirmer, comme Descartes: «*Cogito in silico, ergo sum*». Bien entendu, il reste encore un vaste champ de découvertes et d'interprétations devant les praticiens des sciences sociales et politiques. Les défis méthodologiques sont d'ailleurs tout aussi nombreux à explorer, comme le montrera le prochain chapitre.

Bibliographie

- AKDENIZ, Y. (2002). «Anonymity, democracy, and cyberspace», *Social Research*, vol. 69, n° 1, p. 223-237.
- ALVSTAD, E. (2010). «Encounters between believers and non-believers in a symbolic universe: Religious dialogue and controversy on the Internet», *Nordic Journal of Religion and Society*, vol. 23, n° 1, p. 71-86.
- BAKARDJIEVA, M. (2003). «Virtual togetherness: An everyday-life perspective», *Media, Culture & Society*, vol. 25, n° 3, p. 291-313.
- BATTY, M. (1997). «Virtual geography», *Futures*, vol. 29, n°^{OS} 4-5, p. 337-352.
- BLANCHARD, A.L. (2008). «Testing a model of sense of virtual community», *Computers in Human Behavior*, vol. 24, n° 5, p. 2107-2123.
- BONNEVILLE, L. (2008). «Temporalité et Internet: réflexion sur la psychologie du temps à la lumière des pratiques domiciliaires», *Composite*, vol. 5, n° 1, p. 78-94.
- BORGMANN, A. (2015). «The force of wilderness within the ubiquity of cyberspace», *AI & Society*, p. 1-5.
- CASTELLS, M. (1998). *La société en réseaux*, Paris, Fayard.

- CHOUCRI, N. (2013). *Co-Evolution of Cyberspace and International Relations: New Challenges for the Social Sciences*, Actes de colloque, World Social Science Forum, Montréal, p. 1-23.
- CLAYTON, R., S.J. MURDOCH et R.N.M. WATSON (2007). «Ignoring the great firewall of China», *I/S: A Journal of Law and Policy*, vol. 3, n° 2, p. 273-298.
- DAKHLI, L. (2011). «Une lecture de la révolution tunisienne», *Le mouvement social*, vol. 3, n° 236, p. 89-103.
- DU PONT, G.F. (2000). «The criminalization of true anonymity in cyberspace», *Michigan Telecommunications & Technology Law Review*, vol. 7, n° 1, p. 191-216.
- ERIKSON, E.H. (1993). *Childhood and Society*, New York, W.W. Norton & Company.
- FLEW, T. et R.K. SMITH (2014). *New Media: An Introduction*, Oxford, Oxford University Press.
- FREEDOM HOUSE (2016). «Freedom on the Net 2016», Freedom House, <<https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2016>>, consulté le 15 août 2017.
- GHOSH, S. et E. TURRINI (dir.) (2011). *Cybercrimes: A Multidisciplinary Analysis*, Berlin, Heidelberg, Springer Berlin Heidelberg.
- GIDDENS, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Californie, Stanford University Press.
- GRAHAM, G. (1999). *The Internet: A Philosophical Inquiry*, 1^{re} édition, New York, Routledge.
- GURUMURTHY, A. et M. NIVEDITHA (2009). «Violence against women via cyberspace», *Economic and Political Weekly*, vol. 44, n° 40, p. 19-21.
- HANSMANN, U. et al. (2001). *Pervasive Computing*, New York, Springer.
- HERCHEUI, M.D. (2011). «A literature review of virtual communities», *Information, Communication & Society*, vol. 14, n° 1, p. 1-23.
- HINE, C. (dir.) (2005). *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*, New York, Berg.
- INTERNET SOCIETY (2017). «Global Internet maps», *Internet Society*, <<http://www.internetsociety.org/map/global-internet-report/>>, consulté le 15

août 2017.

- JOINSON, A.N. (2001). «Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity», *European Journal of Social Psychology*, vol. 31, n° 2, p. 177-192.
- KEMPF, O. (2014). «Le cyberterrorisme: un discours plus qu'une réalité», *Hérodote*, vol. 1, n° 152-153, p. 82-97.
- KOBRIN, S.J. (2001). «Territoriality and the governance of cyberspace», *Journal of International Business Studies*, vol. 32, n° 4, p. 687-704.
- LAU, K.J. (2010). «The political lives of avatars: Play and democracy in virtual worlds», *Western Folklore*, vol. 69, n° 3-4, p. 369-394.
- MARCUS, L.S. (2002). «The silence of the archive and the noise of cyberspace», dans N. Rhodes et J. Sawday (dir.), *The Renaissance Computer: Knowledge Technology in the First Age of Print*, Abington, Routledge, p. 17-26.
- PAPACHARISSI, Z. (2002). «The virtual sphere: The Internet as a public sphere», *New Media & Society*, vol. 4, n° 1, p. 9-27.
- PONS-DE WIT, A., P. VERSTEEG et J. ROELAND (2015). «Contextual responses to interreligious encounters online», *Social Compass*, vol. 62, n° 1, p. 89-104.
- REVILLARD, A. (2000). «Les interactions sur l'Internet», *Terrains & travaux*, vol. 1, n° 1, p. 108-129.
- RONSON, J. (2015a). «How one stupid tweet blew up Justine Sacco's life», *The New York Times*, <<https://www.nytimes.com/2015/02/15/magazine/how-one-stupid-tweet-ruined-justine-saccos-life.html>>, consulté le 15 août 2017.
- RONSON, J. (2015b). «How the online hate mob set its sights on me», *The Guardian*, <<https://www.theguardian.com/media/2015/dec/20/social-media-twitter-online-shame>>, consulté le 15 août 2017.
- ROUQUETTE, S. (2010). «La presse (mobile) en ligne. Nouveaux usages, nouveaux enjeux médiatiques et sociaux», *Les Cahiers du numérique*, vol. 6, n° 2, p. 63-82.
- SAMAAN, J.-L. (2008). «Mythes et réalités des cyberguerres», *Politique étrangère*, n° 4, p. 829-841.
- CHECKEDATH, D. et T.J. THOMAS (2011). «Déploiement des services à large bande dans les régions rurales», *Parlement du Canada*,

<<http://www.res.parl.gc.ca/Content/LOP/ResearchPublications/2011-57-f.htm>>, consulté le 15 août 2017.

TURKLE, S. (1997). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, New York, Simon & Schuster.

TURKLE, S. (1999). «Cyberspace and identity», *Contemporary Sociology*, vol. 28, n° 6, p. 643-648.

TURNER, B.S. (2007). «Religious authority and the new media», *Theory, Culture & Society*, vol. 24, n° 2, p. 117-134.

UNION INTERNATIONALE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS (2016). *Yearbook of Statistics - Telecommunication/ICT Indicators - 2006-2015*, Genève, International Telecommunication Union.

WAGNER, R. (2011). *Godwired: Religion, Ritual and Virtual Reality*, New York, Routledge.

1 Nous utilisons ici le mot *calcul* en guise de traduction du mot *computation*. Notez que plusieurs mots en français pourraient être utilisés pour décrire le sens qu'il revêt en anglais: *traitement*, *calcul*, *opération*, *analyse* en sont quelques exemples. Cependant, ces expressions, lorsqu'elles sont utilisées seules, peuvent paraître réductrices face au sens plus englobant du mot *computation* que l'on retrouve dans la littérature.

2 À ne pas confondre avec la technologie de la réalité virtuelle (*virtual reality* ou *VR* en anglais), qui renvoie à l'utilisation de casques, de gants exosquelettes ou d'autres appareils afin de simuler la présence physique d'un utilisateur ou joueur dans un environnement artificiel généré graphiquement par des logiciels. Ici, on parle plutôt de «géographie virtuelle» et non du multimédia immersif.

3 Comme le constate Kempf, nous n'avons pas d'exemple d'une action dans le cyberspace qui aurait eu des résultats physiques «conséquents». Cela est dû à la nature principalement intangible du cyberspace. Si la littérature stratégique émet régulièrement des hypothèses d'agressions cybernétiques contre des systèmes régissant des infrastructures dites vitales, que celles-ci soient généralisées (distribution régionale d'eau) ou

locales (hôpital), jusqu'à aujourd'hui, aucune de ces hypothèses ne s'est réalisée (Kempf, 2014, p. 85).

[4](#) Selon les données de l'année 2015 produites par l'Union internationale des télécommunications, les États les moins connectés au réseau Internet sont en grande partie ceux qui forment la région de l'Afrique subsaharienne, avec l'Érythrée au plus bas du palmarès. Quelques pays de l'Asie du Sud-Est comme le Timor oriental, le Cambodge et le Myanmar se retrouvent également parmi les États les moins connectés, quoique ceux-ci frôlaient en 2015 la barre des 20% d'internautes (Union internationale des télécommunications, 2016).

[5](#) Depuis, le gazouillis a été supprimé du compte de l'utilisatrice. Toutefois, en raison de l'attention qu'a générée ce gazouillis, des images et le contenu de celui-ci peuvent encore être trouvés. Dans le message publié le 20 décembre 2013, Justine Sacco (@JustineSacco) écrivait «Going to Africa. Hope I don't get AIDS. Just kidding. I'm white!» (Ronson, 2015a).

[6](#) Notion développée par Erik H. Erikson (1993) décrivant comment l'identité se développe chez l'adolescent, et ensuite appliquée à la question de l'identité dans le cyberspace par Sherry Turkle (1999).

[7](#) La définition de «communautés virtuelles» ou encore de «cybercommunauté» a été l'objet de débats dès la popularisation du cyberspace dans les années 1990. Pour une revue de la littérature à ce sujet, voir Hercheui, 2011.

CHAPITRE 2 /

Les défis méthodologiques du cyberspace en sciences sociales et politiques

Hugo Loiseau

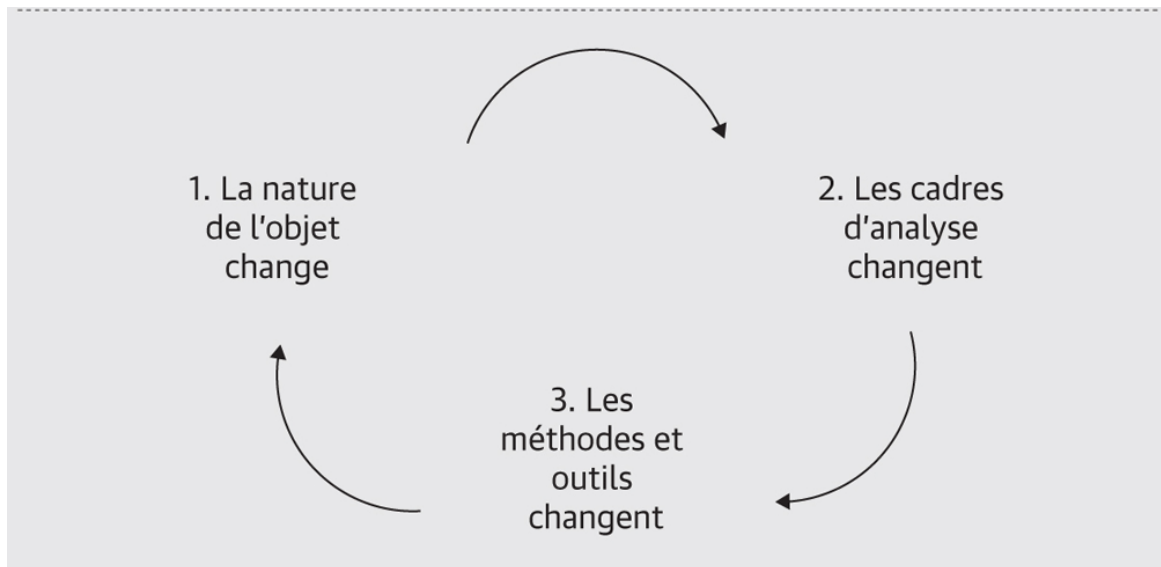
Les études sur le cyberspace et Internet émergent depuis une vingtaine d'années en sciences sociales et humaines (Greffet, 2012). De nombreuses recherches ont permis de mieux comprendre une multitude d'aspects de ces phénomènes, en apparence technique ou technologique, d'un point de vue social et humain (Graham et Dutton, 2014). Les études portant sur toutes les dimensions de la cybersécurité en sont un exemple parmi tant d'autres. Les études sur ces objets sont donc en processus d'éclosion, c'est-à-dire que le contexte est propice à la production systématique de recherches scientifiques favorisant le débat intellectuel s'appuyant sur des faits. Toutefois, elles se heurtent à un écueil constant, celui des défis méthodologiques quant à la qualité et à la portée de leurs recherches. Les études en sciences sociales et politiques portant sur les aspects politologiques du cyberspace n'échappent pas à cette réalité.

Or ces défis proviennent de trois phénomènes concomitants qui seront exposés dans ce chapitre. Essentiellement, ces phénomènes se résument chronologiquement de cette façon: la nature de l'objet change, ce qui provoque des changements dans les cadres d'analyse traditionnels, ce qui a pour conséquence une adaptation des outils et des méthodes d'analyse de cet objet (Lakatos, 1994). Autrement dit, la démocratisation d'Internet

et l'amplification du cyberspace, leur prégnance notamment, ont modifié les champs des savoirs (disciplines, approches théoriques ou encore programmes de recherche), entraînant ainsi des modifications sur le plan des méthodes de recherche de ces disciplines.

Ce cycle se produit continuellement en science et il est particulièrement évident en ce qui a trait au lien entre cyberspace et politique. Bien entendu, la logique chronologique proposée pour ce chapitre est quelque peu bousculée, car toutes ces transformations se déroulent de façon presque simultanée et ne suivent pas un chemin téléologique prédéterminé. Le découpage en trois sections imposé dans ce chapitre est effectué essentiellement à des fins pédagogiques. La [figure 2.1](#) l'illustre très bien. Les défis méthodologiques de l'étude du cyberspace et d'Internet, l'objet de ce chapitre, seront donc décrits à travers ces trois phénomènes. Dans la première section, les parallèles entre le cyberspace et le champ politique seront tracés afin d'exposer les similitudes entre les deux objets pour en faire ressortir les défis propres à chacun. La deuxième section s'attardera aux transformations opérées dans les modes d'analyse et les cadres conceptuels qui nous permettent d'expliquer et de comprendre les liens entre cyberspace et politique. La troisième section approfondira les effets de ces transformations sur les outils méthodologiques et les méthodes de recherche en science politique, notamment l'observation documentaire.

FIGURE 2.1 / Les changements induits par le cyberspace



2.1 / **La nature des objets**

Le cyberspace est caractérisé par plusieurs spécificités, amplement décrites dans la littérature: virtualité, ambiguïté, réticularité, chronomalléabilité, ubiquité, hybridité, pour n'en nommer que quelques-unes. Chacune de ces caractéristiques a des effets sur les relations sociales dans le cyberspace, qui deviennent fragmentées et intangibles selon Marwick (2012). Pour Choucri (2013), les transformations sociales dues au cyberspace relèvent plus particulièrement du rapport au temps et à l'espace qu'entretiennent les acteurs sociaux. La liste des caractéristiques du cyberspace et de leurs conséquences, notamment politiques ou sociales, pourrait être encore longue.

Si on admet que le cyberspace modifie profondément les relations sociales, cela devrait se refléter dans le champ politique et même y être amplifié. D'ailleurs, de grandes similitudes existent entre le cyberspace et la politique en tant qu'objets de recherche. Parmi cet ensemble de similitudes, nous pouvons en dégager trois principales. Tout d'abord, le cyberspace et la politique sont des objets flous

aux contours mouvants et incertains (Côté, 2011). De nombreux débats ont d'ailleurs lieu à propos de la nature exacte de ces deux objets (Favre, 2007). Un sentiment de manque de précision, inhabituel en sciences de la nature, mais constant en sciences humaines et sociales, plane donc ainsi sur ces deux objets. Il n'existe pas de définitions consensuelles et complètement opérationnalisables ni pour la politique ni pour le cyberspace.

De ce fait, à l'instar de la politique, le cyberspace est impossible à voir dans son ensemble, pas plus qu'on ne peut se le représenter avec exactitude du fait de son expansion constante et de sa perpétuelle reconstruction. Tout comme en politique, il est possible d'avoir des statistiques pertinentes sur cet objet. Le nombre d'internautes, le nombre de sites Web ou encore le nombre de consultations existent certes, mais ces statistiques ne donnent qu'une idée partielle et éphémère de l'ampleur du cyberspace. De plus, elles renseignent en fait sur les contenus et aussi sur la configuration générale du cyberspace, mais ne donnent jamais une représentation précise du contenu de cet espace – alors même que c'est le contenu qui compte. Il compte, car le contenu, c'est le sens que les internautes donnent aux informations qui sont entreposées et diffusées dans le cyberspace. Saisir ce sens avec exactitude est mission impossible dans l'état actuel des outils et des méthodes de recherche, comme c'est le cas, en science politique, pour de nombreux phénomènes politiques qui demeurent un mystère. En conséquence, les concepts mêmes de cyberspace et de politique sont constamment en décalage par rapport à la réalité qu'ils tentent de circonscrire et de décrire.

Ensuite, ce décalage s'explique en grande partie par la rapidité du développement des nouvelles technologies et des nouveaux logiciels, à l'instar de la vélocité du débat politique (paradoxalement encore accélérée par les nouvelles technologies...). Cette vivacité de deux objets laisse peu de temps à la réflexion et à la publication scientifique inhérentes

au développement de connaissances. De plus, la rapidité de l'assimilation des nouvelles technologies par les sociétés n'a jamais été aussi grande dans l'histoire de l'humanité. L'exemple de l'adoption toujours plus rapide des technologies au cours du XX^e et du XXI^e siècle dans la société étasunienne est éloquent à cet égard (Blackrockblog, 2015). Une course contre la montre se déroule afin d'éviter une éventuelle date de péremption des modèles d'analyse par rapport aux objets scrutés par ces mêmes modèles. Comme le dit Boullier (2016), il s'agit de faire de la recherche sur des objets en marche avec les difficultés que cela implique.

Enfin, le cyberspace et la politique partagent deux caractéristiques qui n'ont pas été mentionnées ci-dessus: l'immensité du champ qu'ils recouvrent et la diversité conséquente à l'intérieur de ce champ. Cette immensité et cette diversité sont accentuées par la dématérialisation de leur existence sous forme de représentations et d'informations. Cette dématérialisation génère par ses activités une somme d'informations très importante qui s'ajoute continuellement à l'ensemble préexistant d'informations. Le cyberspace a accéléré ce phénomène. Un rapport poreux existe ainsi entre les deux champs où chacun influence l'autre et provoque un effet multiplicateur au bout du compte. Margolis et Resnik (2000) indiquent que trois façons d'appréhender la relation entre le cyber et la politique peuvent être distinguées: 1) la politique se déroulant dans le cyberspace; 2) la politique touchant le cyberspace; 3) les usages politiques du cyberspace et de ses capacités. La somme de ces trois conséquences de l'adjonction du cyber et de la politique élargit les champs d'études des politologues et leur fournit aussi de nouveaux moyens et défis, notamment sur le plan méthodologique mais aussi disciplinaire, comme cela sera abordé plus loin dans ce chapitre.

Toujours est-il que ces trois caractéristiques communes entre la politique et le cyber posent des défis de nature scientifique importants. Non seulement la spécificité de

l'objet politique à l'étude doit-elle être reconnue, mais aussi faut-il tenir de plus en plus compte de la médiation qu'effectue le cyberspace dans notre appréhension des phénomènes politiques, et analyser son incidence sur les représentations politiques des individus, sur les comportements de ces derniers, ainsi que sur le plan de la gouvernance de l'État. Les différents chapitres de ce livre fournissent plusieurs exemples illustrant cette médiation entre les deux phénomènes et les conséquences qu'elle génère pour l'analyse.

En fait, le phénomène politique et son étude ont été touchés par la cybernétisation du monde (Kremer et Müller, 2014) auquel nous assistons depuis la popularisation d'Internet. La cybernétisation est l'action de cybernétiser quelque chose ou quelqu'un, c'est-à-dire de le rendre semblable à un ordinateur ou constater le développement d'un rapport intime entre un individu ou un groupe avec un ordinateur. Selon les courants de pensée de la posthumanité (transhumanisme et extropianisme [Casilli, 2005]), cet aspect de la cybernétisation concernerait surtout les individus, qui verraient leurs capacités prétendument augmentées ou améliorées grâce à des implants cybernétiques. Ce perfectionnement serait acquis grâce à «la convergence des nanotechnologies, des biotechnologies, des technologies de l'information et des sciences cognitives» (Tavangarrizi, 2011, p. 1), l'objectif étant de s'extraire des limites de la condition humaine. Néanmoins, inutile d'aller jusqu'aux implants cybernétiques pour constater une cybernétisation des individus; il suffit de voir le nombre de propriétaires de téléphone portable (plus de 1,5 milliard d'appareils vendus partout dans le monde en 2016 selon Gartner [2017]) et surtout d'observer l'usage qui en est fait pour le constater. Bien que la cybernétisation soit en grande partie individuelle, elle a un effet important sur les collectivités. La cybernétisation individuelle pose d'ailleurs des problèmes de nature politique et éthique qui trouvent des réponses

politiques collectives et publiques. Elle affecte aussi directement la recherche scientifique en sciences sociales et politiques puisque les sujets et les collectivités étudiés sont transformés par ce phénomène.

L'autre aspect de la cybernétisation, plus intéressant pour les propos de ce chapitre, est de nature collective et ses effets se font sentir à une échelle presque mondiale. La croissance du nombre d'internautes partout dans le monde a été de 976% depuis l'an 2000. À la fin de juin 2017, il y avait environ 3 885 567 619 d'internautes partout dans le monde, ce qui veut dire que 50% de la population de la planète possédait un accès à Internet (Internet World Stats, 2017). Le cyberspace devient ainsi peu à peu un espace social de plus en plus vaste et vers lequel convergent d'innombrables formes de relations sociales. En somme, il est possible de parler d'un véritable phénomène cyber mondialisant, notamment sur les plans social et collectif. Tout le monde (ou presque) est devenu connecté tout le temps (Boullier, 2016). Plusieurs auteurs parlent ainsi de la prégnance du cyberspace dans nos vies dans le sens où ce dernier s'impose à tous tout en étant fertile en sens et en possibilités pour chacun.

Un des constats à faire devant la prégnance du phénomène cyber est la transformation massive des modes de production de l'information prise dans un sens large, qui ont une incidence profonde sur les modes de vie et les comportements politiques. Ils changent la façon dont on aborde les connaissances, dont on se pose des questions, mais surtout tout ce que l'on cherche à propos de la politique en général dans le cyberspace et comment la politique peut nous influencer encore davantage à cause du cyberspace. Les politologues en viennent donc à «se demander comment les citoyens peuvent trier, gérer et assimiler toutes les informations auxquelles ils ont accès et faire des choix éclairés» (Côté, 2011, p. 281).

De surcroît, deux comportements individuels propres à l'usage quotidien d'Internet s'alimentent mutuellement et provoquent des changements politiques et sociaux. Ces deux comportements se situent à cheval entre la cybernétisation individuelle et collective. Le premier peut être nommé la «topophilie du cyberspace». La «topophilie» est une notion développée par Gaston Bachelard et Yi-Fu Tuan, et désigne l'amour d'un lieu et les comportements s'y rapportant (Bachelard, 1998; Tuan, 1990). Cet amour des lieux se perpétue dans le cyberspace, puisque les internautes consultent une série constante de sites Internet qu'ils préfèrent soit par habitude, soit par confort. Cela crée donc un sillon dans lequel s'introduisent les pratiques quotidiennes des internautes, qui en dérogent très peu et qui, lorsqu'ils en dérogent, ajoutent, ou non, les nouveaux sites visités à leur routine au bout d'un certain temps. Ils développent donc une vision partielle, et partielle, par effet de tunnel ou d'œillères, du cyberspace. Dès qu'un site de cette routine de consultation change sa mise en page ou la présentation de son contenu (ou qu'il disparaît tout simplement), l'internaute est perturbé. Une étude précédente sur le cyberspace et sa représentation à travers des cartes mentales a démontré que les internautes se projetaient comme un point central vers où convergent de multiples réseaux ou connexions (Loiseau, 2011a). Cela dénote un sentiment de confort et de contrôle durant leur fréquentation du réseau Internet. Une visite du cyberspace n'étant pas vécue comme quelque chose de dangereux ou de traumatisant, un attachement aux sites fréquemment visités est possible et répandu. La topophilie entraîne aussi un renforcement des convictions et champs d'intérêt des internautes, ce qui se traduit en une forte homophilie¹ dans le cyberspace.

L'homophilie est «une mesure utilisée en analyse des réseaux sociaux pour mettre en évidence le degré d'attachement préférentiel entre des acteurs partageant une caractéristique commune d'un attribut particulier» (St-Louis,

2016). Une grande homophilie démontrerait que deux internautes ou plus, par exemple, partageraient une passion ou une opinion précise et qu'ils se retrouveraient autour de celle-ci dans le cyberspace. Un lien social serait pour ainsi dire créé. Ce concept est directement dérivé des travaux de Pariser (2011) à propos des «bulles de filtre» qui correspondent à l'état d'isolement dans ses préférences («il est dans sa bulle») dans lequel se retrouverait l'internaute, et ce, souvent à son insu. Cet état est créé par la personnalisation des fils d'informations en ligne, les médias sociaux et le raffinement des algorithmes des moteurs de recherche que consultent les internautes. Une sélection silencieuse s'effectue dans le contenu présenté ou non à l'internaute en fonction de son profil (historique de navigation, recherches précédentes, informations personnelles, interactions en ligne...). À un internaute de droite sera présenté des contenus correspondant à son orientation politique de droite, et les contenus classifiés plus à gauche seront omis ou beaucoup moins visibles, par exemple (Pariser, 2011).

Les conséquences présumées de ces deux phénomènes sont nombreuses. Les internautes, se sentant rassurés dans leurs choix, auraient ainsi évidemment tendance à reproduire leurs croyances et perspectives. La réduction du nombre de points de vue contradictoires auxquels ils sont exposés constituerait une deuxième conséquence, et émousserait l'esprit critique des internautes (Pariser, 2011). La propagation des mensonges, des rumeurs et des fausses nouvelles serait ainsi facilitée sur les médias sociaux. De plus, les biais cognitifs des internautes seraient amplifiés par ces deux phénomènes (voir la dernière section de ce chapitre). En fin de compte, une forte homophilie et une forte topophilie dans le cyberspace accentueraient la polarisation des opinions politiques (Viner, 2016).

L'homophilie et la topophilie seraient donc volontaires, mais aussi involontaires dans le cyberspace. Elles seraient

volontaires, d'une part, car comme le dit Oremus (2017): «Nous ne chercherions, "likerions" et retweeterions que des idées avec lesquelles nous sommes déjà d'accord.» Et cela en toute connaissance de cause. À la base est posé un geste conscient de sélection du contenu consulté dans le cyberspace, geste qui est accentué par la consultation régulière et fréquente des mêmes sites Internet de sujets semblables par les internautes. Dans ce cercle vicieux, la bulle de filtre renforce encore davantage le phénomène de topophilie dans le cyberspace. La consultation d'un site qui renforce les préjugés, les opinions et les préférences de l'internaute a ainsi de grandes chances d'entrer dans sa routine «topophilique» de visites du cyberspace. Le sentiment de confort créé par la topophilie fait par la suite en sorte que l'internaute s'isole, peu à peu, des sites où des divergences avec ses préjugés, ses opinions et ses préférences apparaissent.

Involontaires, d'autre part, puisque les algorithmes des moteurs de recherche personnalisent les résultats des recherches des internautes afin «d'optimiser» leurs choix pour pouvoir généralement vendre de la publicité. Ces phénomènes d'homophilie et de topophilie ont été récupérés par le marketing politique. Ce dernier, grâce au cyberspace désormais, vise à optimiser et à renforcer les engagements politiques et les opinions à propos d'un parti, d'un candidat ou d'une proposition législative. Le travail effectué en matière de psychographie en ligne des électeurs par la firme Cambridge Analytica lors des primaires et des élections présidentielles aux États-Unis en 2016 serait dans les plus avancés en la matière (Duparc et Hourdeaux, 2017). Ce genre de firme utilise les informations entreposées dans le cyberspace par les internautes (les données massives, ou *Big Data*) pour déduire les préférences générales des électeurs, pour ainsi orienter le marketing électoral en faveur de leurs clients. La publicité électorale en ligne devient alors ciblée, car personnalisée, et donc plus efficace.

Bien entendu, les conclusions quant aux effets politiques concrets de ces deux phénomènes sont encore débattues dans la communauté scientifique (Boxell, Gentzkow et Shapiro, 2017). Certains résultats électoraux (le Brexit ou l'élection du président Trump) donnent raison aux partisans de la bulle de filtre, alors que d'autres résultats électoraux récents sont moins probants à cet égard (les présidentielles françaises en 2017). Des études empiriques sont encore nécessaires pour trancher le débat. Néanmoins, sur le plan des comportements en ligne, ces deux phénomènes ont des conséquences méthodologiques et elles changent l'institutionnalisation des sciences sociales et de la science politique par la création de nouvelles sous-disciplines et de nouvelles disciplines, comme il sera expliqué ci-dessous.

2.2 / Les cadres d'analyse

L'appréhension du cyber est le fait de représentations mentales, tout comme l'est celle de la réalité politique en très grande partie. On perçoit la surface du politique (partis politiques, élections, institutions) comme la surface du cyberspace (ordinateurs, sites Web...), alors que le reste est recomposé mentalement par les individus au moyen de représentations mentales. Ces représentations sont chargées en partie d'imaginaire, en partie de réalité, et donnent lieu à une multitude d'interprétations sans avoir une référence exacte et constante du réel. Les représentations sont alors fragmentées et mises en conflit. L'univers symbolique de la politique est rempli de représentations mentales conflictuelles sur l'appartenance des symboles aux valeurs qui y sont associées, par exemple. Dans le cyberspace, cette conflictualité est exacerbée parce que les représentations mentales vont plus loin que les symboles et se déclinent en une multitude de mots, d'images, de sons qui sont chargés des sens que lui donne l'internaute. L'intersubjectivité y est donc très forte. Logiquement, les

cadres habituels d'analyse doivent changer et ce changement provoque une transformation des outils méthodologiques qui servent à faire les analyses. Mais cela ne va pas sans poser problème ou susciter un questionnement sur les plans méthodologique et disciplinaire. Comme le dit Markham (2008, p. 454): «*This is complicated by the fact that the study of the internet cuts across all academic disciplines. There are no central methodological or theoretical guidelines, and research findings are widely distributed and decentralized.*»

Le phénomène cyber étant transversal, on assiste donc à un foisonnement et à une arborescence de programmes de recherche, de projets de recherche et de nouvelles disciplines ou sous-disciplines pour appréhender toutes les dimensions de ce phénomène. Parmi les nombreux nouveaux champs de recherche et nouvelles disciplines universitaires, trois se démarquent en sciences sociales et politiques de l'ensemble et sont pertinentes pour ce chapitre: les *Internet Studies*, les humanités numériques et la cyberpolitique. Chacune d'entre elles irrigue les recherches sur le phénomène cyber de façon différente et complémentaire.

Selon Wellman (2004), les *Internet Studies* ont été fondées en 1978 et elles ont connu trois phases durant leur brève histoire. Durant la première phase, de leur fondation jusqu'aux années 1990 environ, ce champ était dominé par les ingénieurs et les informaticiens. La fin des années 1990 marque le début de la deuxième phase, alors que les pratiques sociales des internautes sont de plus en plus analysées systématiquement. La popularisation d'Internet et sa démocratisation provoquent un virage des *Internet Studies*, qui passent ainsi d'études centrées sur les ordinateurs à des analyses centrées vers les utilisateurs de ces ordinateurs largement mis en réseau. Ce virage entraîne donc de multiples disciplines des sciences sociales et politiques à s'intéresser à ce phénomène et surtout à se demander comment l'analyser adéquatement. La troisième

phase, toujours selon Wellman, est davantage orientée par les théories naissantes issues des résultats des *Internet Studies*, dont notamment les concepts de «connectivité», de «portabilité» ou d'«ubiquité», des concepts qui sont toujours d'actualité en 2017.

La troisième phase démontre clairement que le champ de recherche des *Internet Studies* est interdisciplinaire et qu'il recouvre l'ensemble, ou presque, des pratiques sociales en les analysant selon l'angle des nouvelles technologies de la communication et de l'information. Ainsi, les phénomènes relevant de la psychologie, de la sociologie, de la science politique et d'autres sciences sociales sont touchés et inspirent ce champ très large de recherche. En d'autres mots, les *Internet Studies* abordent les effets d'Internet sur des objets de recherche courants dans les sciences sociales et politiques. Par exemple, le phénomène de la dépendance est analysé en termes de cyberdépendance ou, autrement dit, la façon dont le cyberspace accentue ce type de comportement est mise en exergue. La cyberculture, les droits dans le et du cyberspace, les communautés en ligne, les logiciels libres, la sécurité du réseau Internet, la société de l'information et d'autres thèmes encore constituent généralement les objets et enjeux privilégiés par les *Internet Studies*.

Dutton (2013) mentionne, à juste titre, que ce champ puise à travers un vaste répertoire de théories et qu'un aussi vaste champ de possibilités d'expérimentations empiriques s'offre à lui. De ce fait, les *Internet Studies* jouissent d'une vitalité scientifique extraordinaire de nos jours, si bien que de nombreuses associations, des instituts et des publications scientifiques sont créés par les acteurs de ce champ de recherche. Tout cela participe à la fragmentation et à la spécialisation fertile du champ de recherche (Dutton, 2013).

De leur côté, les humanités numériques ont des origines disciplinaires et géographiques diverses. D'ailleurs, l'appellation même d'«humanités numériques» fait débat en

fonction de l'origine de ses tenants. Néanmoins, il est possible d'affirmer qu'elles chevauchent le champ des *Internet Studies*, tout en possédant des particularités telles qu'une volonté d'interpénétration entre la théorie et la pratique ou encore un aspect conciliatoire malgré les débats qu'elles engendrent. Elles couvrent aussi davantage les arts et lettres, puisque les disciplines les composant se retrouvent dans le large spectre des études classiques ou des *humanités*, pour reprendre un terme vieilli. Ainsi, les sciences sociales et humaines, l'archivistique, la bibliothéconomie, les arts et les lettres sous l'angle du numérique enrichissent le mouvement des humanités numériques. Ces humanités se résument, pour ainsi dire, en la numérisation et en une cybernétisation des sciences humaines et sociales et dépassent la simple juxtaposition entre les sciences sociales et les nouvelles technologies de la communication comme le font les *Internet Studies*. Le troisième point du *Manifeste des Digital Humanities* [humanités numériques] de 2010 l'atteste:

3. Les *digital humanities* désignent une transdiscipline, porteuse des méthodes, des dispositifs et des perspectives heuristiques liés au numérique dans le domaine des Sciences humaines et sociales (Dacos, 2012).

Elles s'inscrivent dans et reflètent les transformations sociales dues au cyberspace. La numérisation change profondément non seulement les connaissances produites, mais surtout les pratiques scientifiques des sciences sociales. Si les *Internet Studies* créent de nouvelles connaissances, les humanités numériques créent aussi de nouvelles façons de concevoir des connaissances, en plus de proposer une réflexion originale aux praticiens des sciences sociales. Boullier (2016, p. 287) l'exprime clairement:

Le numérique n'est pas seulement un outil de productivité grâce aux tableurs ou aux traitements de

texte, il est devenu une architecture de connaissance collective qui organise les échanges, les publications (éléments clés de l'activité scientifique depuis toujours), un support de collecte et de production de données non textuelles, images et réseaux notamment, un dispositif d'équipements partagés de calcul, d'archivage voire de modélisation.

En fait, les humanités numériques sont interdisciplinaires, ouvertes aux paradigmes, méthodes et savoirs des autres champs de recherche, et proposent une réconciliation entre les connaissances et les besoins sociaux. Le point 5 du *Manifeste* l'annonce: «5. Nous, acteurs des *digital humanities*, nous nous constituons en communauté de pratique solidaire, ouverte, accueillante et libre d'accès» (Dacos, 2012). Alors que le point 7 est explicite sur les objectifs: «7. Nous avons pour objectifs le progrès de la connaissance, le renforcement de la qualité de la recherche dans nos disciplines, et l'enrichissement du savoir et du patrimoine collectif, au-delà de la seule sphère académique» (Dacos, 2012).

Indépendamment, mais concomitamment des *Internet Studies* et du mouvement des humanités numériques, l'émergence d'un champ de recherche nommé «cyberpolitique» provient du constat fait par plusieurs politologues qu'Internet et le cyberspace ont complètement transformé la façon de faire de la politique. Les campagnes électorales et la conquête du pouvoir politique ne se font plus comme avant. Plus particulièrement, les technologies de l'information et de la communication changent la façon dont les personnes, les institutions, les États et les acteurs non étatiques interagissent. Les médias sociaux facilitent et transforment le partage de l'information et l'action collective, comme l'atteste la deuxième partie de ce livre. En fait, l'espace public s'est élargi par l'usage d'Internet et du cyberspace, ce qui se traduit également par un

élargissement de l'espace politique. Le terme *cyberpolitique* a donc été forgé au cours des premières observations de ce phénomène émergent.

Dans son acception la plus large, la cyberpolitique s'intéresse de façon non exhaustive à la démocratie en ligne (engagement civique, élections, vote électronique), aux campagnes militantes numériques et à leurs effets (résistance, répression, mobilisation), à la cybersécurité (cyberguerre, politiques de cyberdéfense et cybercriminalité) et aux relations internationales (coopération internationale, diasporas, gouvernance internationale). En somme, pour paraphraser Clausewitz, dans l'optique de la cyberpolitique, le cyber serait donc la continuation de la politique par d'autres moyens.

Sur le plan théorique, la cyberpolitique remet en question les concepts centraux de la science politique, dont notamment la définition du pouvoir politique ainsi que les théories de la science politique. Pour ne donner qu'un exemple parmi d'autres, le concept de «citoyenneté» se voit repensé par le phénomène cyber, à l'instar de la participation politique (voir le [chapitre 5](#) sur le vote électronique à cet égard). Or la nouvelle donne démocratique semble changer la nature de la participation politique, mais aussi la profondeur de la citoyenneté, comme le résume bien Goupil (2007). De plus, un débat divise les cyberoptimistes des cyberpessimistes à propos des apports positifs ou négatifs du phénomène cyber sur la démocratie en général. En outre, les débats entre cyberoptimistes et cyberpessimistes traversent l'ensemble des objets des sciences sociales et politiques, et nourrissent davantage les conflits épistémologiques, ontologiques et méthodologiques pour ce qui est des pratiques de recherche elles-mêmes. Ces éléments seront d'ailleurs traités dans le [chapitre 4](#) dédié à la nature du terrain en sciences sociales et politiques, qui porte une réflexion sur la variation du terrain *dans, sur* et *par* le cyberespace en raison de ses caractéristiques profondes

décrites précédemment dans ce même chapitre (ubiquité, virtualité, réticularité, chronomalléabilité, etc.).

La grande difficulté avec la cyberpolitique est de délimiter ce champ de recherche. D'une part, les dimensions du hors ligne et du en ligne ne sont pas toujours très claires de nos jours, et une continuité entre les deux s'instaure dans les pratiques sociales et politiques. Une activité politique de financement recrute ses participants grâce aux médias sociaux, mais l'activité se déroule dans un restaurant bien réel. Une loi votée est d'abord publiée dans le journal officiel ou le procès-verbal officiel, puis publiée en ligne. D'autre part, dans nos sociétés politiques actuelles, pour les politiciens, les politologues et même les citoyens, être complètement déconnecté d'Internet est devenu mission impossible ou presque. La politique et ses enjeux se déroulent en partie dans le cyberspace, qui lui ne se tarit pas du flux continu d'enjeux politiques de partout (échelle locale, nationale ou internationale) et qui influence grandement les activités politiques normales.

Or, dans ce cas, comment distinguer un objet relevant de la science politique d'un objet appartenant à la cyberpolitique, puisque les deux se trouvent dans une interpénétration profonde? À cette question, Pereira Martins (2014) répond que la cyberpolitique se distingue de la science politique par trois caractéristiques: 1) la rapidité des changements politiques induits par le cyber; 2) l'instabilité qu'il génère; 3) son imprévisibilité quant aux résultats, politiques ou non, notamment dans le nouvel espace public créé à partir du cyberspace. Au centre de son explication résident les changements structurels, paradoxaux et transitoires que vit la politique au regard des effets du cyberspace et d'Internet. Donc, si un objet politique est touché par ces caractéristiques ou subit l'influence du cyberspace, il serait un enjeu politologique du cyberspace et donc un objet de la sous-discipline naissante qu'est la cyberpolitique (Pereira Martins, 2014). Bien entendu, plusieurs questions et recherches

demeurent en suspens avec la cyberpolitique, comme dans toute nouvelle discipline en construction en quête de ses objets et de ses particularités méthodologiques.

En résumé, jusqu'à présent, la somme des recherches issues de ces trois grands champs a permis de faire valoir que le cyberspace possède une multitude de caractéristiques intéressantes qui le différencie globalement du monde qualifié de réel, car il s'y juxtapose et l'influence sans que l'inverse soit nécessairement ou totalement réciproque. Chacune de ces caractéristiques vient modifier les outils et méthodes pour faire de la recherche. Il serait illusoire de faire une liste exhaustive des caractéristiques du cyberspace et de leurs effets sur l'ensemble des sciences sociales et politiques. Limitons, dans la troisième section de ce chapitre, l'examen aux critères d'évaluation des instruments de collecte de l'information et à leurs incidences sur la recherche en sciences politiques et sociales.

2.3 / Les outils et les méthodes de recherche

Si la nature des objets sur lesquels portent les recherches change, si les cadres d'analyse nous permettant d'expliquer et de comprendre ces objets changent et s'adaptent, les outils et les méthodes de recherche doivent logiquement changer aussi. Il serait trop long de faire un inventaire exhaustif de tous les outils et de toutes les méthodes de recherche en sciences politiques et sociales et d'y constater les changements provoqués par le cyberspace. Cela n'est pas dans l'ambition de ce chapitre. D'ailleurs, la littérature à ce sujet expose bien l'ampleur des changements méthodologiques que pose le cyberspace aux chercheurs. Cette littérature distingue les outils de collecte de l'information (entrevue, sondages, etc.) hors ligne de ces mêmes outils utilisés en ligne (Hanley, 2011; Hewson et Laurent, 2008). Le contrôle de l'environnement de la

recherche est aussi totalement différent dans les deux cas et le rôle du chercheur, à l'instar de ses compétences, est différent (Tulbure, 2011). En somme, faire de la recherche en sciences sociales et politiques dans le cyberspace procède de pratiques méthodologiques différentes des habituelles pratiques hors ligne.

Par exemple, l'observation, à la base de nombreuses méthodes de collecte de l'information en sciences sociales et politiques, voit sa nature et ses pratiques restructurées par le cyberspace. Hormis le fait que le nombre d'interactions sociales augmente considérablement à cause du cyberspace, de nouvelles possibilités d'observation émergent. Le cyberspace permet maintenant de faire une observation qui est soit différée, soit instantanée. La différée s'effectue lorsque les interactions sociales se déroulant dans le cyberspace sont enregistrées (sur un forum, par exemple) et autorise une analyse de nature *ex post* où aucune nouvelle interaction ne viendra modifier l'analyse. Le cadre spatio-temporel est ainsi clos. L'observation instantanée, de son côté, profite de la multiplication des objets connectés et certainement des volontés de transparence et de participation publique voulues par les différents gouvernements et organismes publics. Le chercheur peut ainsi observer, en direct, une séance de conseil municipal sur Internet ou encore le déroulement d'un débat dans un forum de discussion séance tenante. Le cadre d'analyse peut être *ex post* ou surtout *ex ante*. En fonction de la nature de sa recherche, le chercheur, dans ce dernier cas, peut intervenir auprès des sujets à l'étude durant l'observation, le cadre spatio-temporel de la recherche demeurant ouvert.

À cet égard, le terrain de recherche dans le cyberspace devient un entre-deux: d'un côté, le terrain originel, pur, tel qu'il est réellement et en direct; de l'autre, le reflet de cette réalité du terrain médiée, transformée, par le cyberspace et Internet. Un des effets de ce changement se perçoit dans le recentrage de l'observation vers l'observateur et non plus

vers les sujets observés et le lieu où ils se trouvent. Pour ce chercheur et le déroulement de son observation, le terrain, médié par le cyberspace, vient vers l'observateur, sur commande et selon son gré, contrairement à l'observation traditionnelle des différents objets de recherche en sciences sociales et politiques, qui demandent un effort et des ressources supplémentaires au chercheur pour être observés. Autrement dit, dans l'observation de façon différée ou instantanée, le lieu de l'observation et la présence de l'observateur sur ce lieu deviennent secondaires. Le [chapitre 4](#) de ce livre approfondira la question de la nature du terrain dans le cyberspace, notamment sur les débats, et de son observation, alors que le [chapitre 11](#) montrera comment une observation passive (*lurking*) d'une communauté virtuelle peut être menée de manière *ex ante* et de manière itérative.

Néanmoins, une voie simple pour accéder à ce qui change véritablement avec le cyberspace, ou entre les dimensions du hors ligne et du en ligne sur le plan méthodologique, réside dans l'analyse des critères d'évaluation des outils de collecte de l'information. Ainsi, cette dernière section du chapitre désire explorer les effets généraux du cyberspace sur les outils de collecte de l'information et plus particulièrement sur l'observation documentaire, sous l'angle d'une réflexion à propos des critères circonscrivant les capacités et les limites de cet outil. Parmi tous les outils de collecte de l'information qui sont touchés par le phénomène cyber, c'est l'observation documentaire qui subit le plus de transformations. En général, une très grande partie de la production scientifique en sciences sociales et politiques repose sur l'observation documentaire. Son importance pour la recherche sociale et politique n'est plus à démontrer. Sur tous les critères d'évaluation, l'observation documentaire soit accentue l'importance du critère, soit est complètement transformée dans son opérationnalisation.

Paradoxalement, une définition de l'observation documentaire demeure difficile à établir tant la littérature en

méthode de recherche tergiverse sur sa nature sans jamais circonscrire vraiment cet outil de collecte de l'information. Parfois, certains auteurs l'oublient tout simplement (voir Norimatsu et Pigem, 2008; Alami, Desjeux et Garabuaou-Moussaoui, 2013). Dans la littérature, on la nomme aussi «recherche documentaire» (Séguin, 2016; Boisvert, 2009) ou «étude de documents» (De Ketele et Roegiers, 1991; Lenoir, 2012). Généralement, la recension des écrits ou la revue de la littérature sont confondues avec l'observation documentaire. Celles-ci interviennent dans les débuts de la recherche lors de la formulation de la problématique, par exemple, alors que l'observation documentaire a une visée de vérification et de description, empirique ou analytique lors de la réalisation de la recherche. Bien entendu, un document trouvé grâce à la phase exploratoire de la recension des écrits peut être utilisé dans l'analyse, mais l'objectif de son usage est différent. L'un est descriptif dans la recension des écrits (tel spécialiste affirme ceci, par exemple) et suit habituellement trois phases: intuitive, exploratoire et vérification. L'observation documentaire est argumentative et démonstrative (les conclusions de ce même spécialiste corroborent mes observations sur le terrain, par exemple) et ne passe pas par les mêmes étapes selon la structuration de la preuve et le type de recherche (Gauthier, 2016).

Selon nous, l'observation documentaire est un outil de collecte de l'information consistant à recueillir des informations de différentes natures (textuelles, graphiques, statistiques, etc.) contenues dans des sources primaires, secondaires et tertiaires diffusées sur différents supports afin de les analyser dans le cadre d'une recherche. Cette méthode de collecte de l'information possède des exigences spécifiques qui la distinguent des autres outils à la disposition du chercheur. Six critères d'évaluation et d'utilisation de l'observation documentaire permettent de mettre en exergue ces exigences différentes, comme le démontre le [tableau 2.1](#).

L'ensemble des six critères sont touchés de façon plus ou moins importante par le phénomène cyber. Cela est d'autant plus frappant en ce qui concerne l'observation documentaire. Pour le critère de la réactivité de l'objet de recherche (ou le sujet de recherche) par rapport à l'instrument, l'observation documentaire ne provoque aucune réactivité. Elle est donc nulle. Toutefois, dans le cyberspace, les choses sont un peu différentes à cet égard, et ce, pour une raison principale et deux raisons relevant de la nature de l'objet ou du sujet observé.

Premièrement, l'observation documentaire du cyberspace s'effectue grâce à un terminal informatique et des logiciels. Les différentes couches du cyberspace et leurs interrelations influencent ce critère d'évaluation (voir le [chapitre 3](#) de ce livre). De la sorte, un internaute observant le cyberspace à travers une certaine plateforme informatique le perçoit différemment qu'un autre internaute équipé d'une plateforme différente. L'instrument d'observation modifie la présentation de l'information et parfois le contenu des informations. Deux fureteurs Internet n'affichent pas nécessairement les informations de façon similaire. Deux moteurs de recherche ne donnent pas exactement les mêmes résultats, car ils indexent différemment les sites Web. Autre exemple, certains gouvernements censurent ou interdisent la diffusion de certaines informations sur Internet. Ainsi, la localisation de l'internaute, dévoilée par l'adresse IP de son terminal, peut affecter sa collecte d'informations. Enfin, l'effet de bulle de filtre, la topophilie, l'homophilie et les algorithmes des moteurs de recherche, dont il a déjà été question, sont aussi à considérer en matière de réactivité dans la collecte de l'information. Force est de constater que la réactivité de l'observation documentaire est importante quand il s'agit d'observer le cyberspace. Nonobstant cette première raison, deux autres causes engendrent des difficultés supplémentaires dans l'observation documentaire du cyberspace.

Deuxièmement, avec la popularisation du Web 2.0, les internautes sont devenus des participants actifs dans la création et le partage de contenu sur le réseau Internet. Le meilleur exemple se voit avec l'encyclopédie en ligne et participative *Wikipédia*, où chacun des internautes peut alimenter en contenu, voire corriger, une page de cette encyclopédie selon des règles nommées «*Attribution-ShareAlike 3.0 Unported*» (Creative Commons, 2017). Cette licence d'utilisation du contenu de *Wikipédia* permet de partager (avec référence) le contenu de l'encyclopédie et d'adapter ce même contenu pour les besoins de l'internaute. Selon les pages consultées et le contexte, le contenu peut varier très fortement, comme c'est le cas des pages *Wikipédia* des candidats aux élections, qui subissent des changements importants selon les aléas d'une campagne électorale (Mainguet, 2017).

TABEAU 2.1 / Six critères pour l'évaluation des instruments de collecte de l'information

Outil	Réactivité	Flexibilité	Validité et fidélité	Triangulation	Saturation	Éthique
Cartes mentales	Moyenne	Flexible, coûts faibles, résultats satisfaisants	Faible validité et grande fidélité	Très importante	Rapide	Consentement, anonymat et conservation des données
Observation documentaire	Nulle	Très flexible, coûts faibles et résultats habituellement satisfaisants	Très grande validité et très grande fidélité	Pas toujours nécessaire	Longue	Références
Entrevue	Moyenne	Flexible, coûts faibles, résultats satisfaisants	Grande validité et grande fidélité	Importante	Rapide	Consentement, anonymat et conservation des données
Groupe de discussion	Moyenne	Peu flexible, coûts élevés, résultats satisfaisants	Grande validité et grande fidélité	Importante	Moyenne	Consentement et conservation des données
Sondage	Faible	Peu flexible, coûts élevés, résultats satisfaisants	Grande validité et grande fidélité	Pas toujours nécessaire	Rapide	Consentement
Observation directe	Dépend du type	Très flexible, coûts faibles et résultats habituellement satisfaisants	Faible validité et faible fidélité	Importante	Moyenne	Dépend du type d'observation

Source: Loiseau, 2011b, p. 48.

Troisièmement, souvent en conséquence de la première raison, une opération de taphonomie (Denys et Patou-Mathis, 2014) s'effectue, car paradoxalement, si le cyber pérennise l'information, il le fait de telle façon que cette information s'accumule sous forme de strates dans lesquelles il est

parfois difficile de rechercher l'information pertinente pour les objectifs de la recherche. Plus précisément, l'information pertinente est originellement «déposée» sur Internet et plus le temps passe, plus les chances de voir perturber ou disparaître cette information sont grandes. Par exemple, à la fin d'une campagne électorale, il est difficile de retrouver intégralement la page *Wikipédia* d'un candidat telle qu'elle était écrite au début de la campagne. Ces perturbations postdépositionnelles peuvent être dues à des problèmes techniques (une panne de serveur, par exemple), à des changements dans la configuration des pages (liens orphelins) ou à des interventions humaines (une modification ou un effacement volontaire ou accidentel), mais le chercheur n'a aucun contrôle sur ces perturbations. Avec le temps, l'information dans le cyberspace a tendance à devenir brouillée et donc à être de plus en plus difficile à découvrir et à observer. *A contrario*, les permaliens que propose le moteur de recherche JSTOR, entre autres sites, tendent à diminuer cet effet de taphonomie. Néanmoins, le chercheur utilisant l'observation documentaire à l'ère du cyberspace devient donc un peu archéologue de l'information.

La flexibilité d'un instrument de collecte de l'information désigne le rapport coûts-bénéfices engendrés par l'utilisation de l'instrument. Un coût faible par rapport à des bénéfices élevés est habituellement visé par les chercheurs. Avant le cyber, l'observation documentaire se faisait de façon presque artisanale et des heures étaient consacrées à la visite des rayons des bibliothèques. Les découvertes impromptues de documents pertinents étaient chose courante. Peu à peu, après moult efforts, la bibliographie se parachevait et la recherche se construisait. Le cyber a tout bouleversé et les chercheurs doivent maintenant faire face à une avalanche d'informations (Séguin, 2016). Avec le cyber, l'observation documentaire a vu son coût d'utilisation (en temps et en argent notamment) diminuer draconiquement pour des

résultats pourtant très abondants. Les moteurs de recherche scientifique sont tous accessibles ou presque grâce à Internet, et ce, gratuitement ou avec abonnement. Par exemple, le service Google Scholar prétend recenser jusqu'à 85% des publications scientifiques et offrir la référence sinon le texte complet gratuitement (Google Scholar, 2017). De plus, en dehors du champ scientifique, le cyberspace offre un monde hypertextuel à observer, et la voie habituelle pour accéder pour la première fois en premier lieu à ce monde procède par l'utilisation de moteurs de recherche. L'observation documentaire est donc devenue encore plus flexible grâce au phénomène cyber. Pratiquement l'ensemble des publications scientifiques sont désormais accessibles à partir de n'importe quel appareil connecté à Internet.

En contrepartie, l'atteinte de la saturation de l'information est encore plus longue qu'auparavant et jamais certaine. La saturation de l'information désigne sommairement l'épuisement de l'instrument de collecte de l'information, c'est-à-dire qu'il ne génère plus de nouvelles informations après un certain temps de recherche. L'avalanche d'informations provoquée par le cyber rend toutefois difficile l'atteinte de la saturation de l'information, puisque le chercheur ne sait jamais avec certitude si l'ensemble des informations potentielles contenues dans le cyberspace ont été recensées et découvertes grâce à son observation documentaire. Ce phénomène est accentué par la péremption rapide de l'information et des technologies dans le cyberspace, telle que décrite ci-dessus.

Cela dit, il s'impose de maîtriser les techniques de recherche des différents moteurs de recherche sur Internet ou à travers les sites des bibliothèques. Les premiers résultats d'une recherche uniquement par mots-clés (ce qui est le geste usuel de tout internaute, mais qui ne devrait pas l'être pour les chercheurs) ne sont pas toujours les meilleurs ou les plus pertinents pour la recherche. Ces résultats sont souvent sous-optimaux. Dans le cadre d'une recherche

scientifique, ils offrent des pistes d'observation à approfondir, mais souvent fournissent surtout une liste impressionnante et longue de résultats peu appropriés pour les objectifs de la recherche. Le but des moteurs de recherche consiste à combler l'écart entre les informations existantes dans le cyberspace (qui sont très nombreuses) et pertinentes pour la recherche (qui sont beaucoup moins nombreuses) et les capacités du chercheur dans l'usage adéquat des techniques de recherche avec les moteurs de recherche. La maîtrise de ces techniques permet de circonscrire grandement les résultats, de procéder plus rapidement à l'observation documentaire, mais surtout d'atteindre le seuil de saturation plus facilement. Enfin, certains moteurs de recherche permettent la recherche des anciennes versions des pages Internet, lorsque c'est possible, ce qui atténue la taphonomie inhérente à la reconstruction perpétuelle du cyberspace.

La triangulation des sources d'information (Rothbauer, 2008) est intimement liée à la question de la saturation. Lors de la rédaction d'un projet de recherche, le dilemme consiste à trouver le maximum d'informations pour générer le maximum de données avec le moins d'efforts et de gaspillage possible. À cet égard, les budgets disponibles, les objectifs de la recherche et les capacités du chercheur doivent être considérés, car il faut être économe et efficace. Les balises que forment la saturation et la triangulation facilitent beaucoup la résolution de ce dilemme. Cela est d'autant plus vrai en ce qui concerne l'observation documentaire. L'atteinte de la saturation est très longue en partie par l'avalanche d'informations entreposées dans le cyberspace, ce qui limite l'atteinte des objectifs de la recherche, et ce, notamment en sciences sociales et politiques. Le cyberspace est un espace social supplémentaire qui coexiste et influence les autres espaces sociaux. Il est donc nécessaire de trianguler l'observation documentaire avec d'autres instruments de collecte de l'information (hors ligne ou en ligne) pour saisir l'entièreté et

la profondeur des rapports sociaux et politiques susceptibles d'être pertinents pour la recherche. De ce point de vue, Internet et le cyberspace facilitent la triangulation des sources d'informations, puisque le cyberspace permet de mettre en œuvre les autres instruments de collecte (Hine, 2005). Par exemple, l'observation documentaire peut très bien être complétée par des sondages en ligne ou bien des entrevues par courriel, sans pour autant que soient délaissés les outils de collecte de l'information hors ligne (Tulbure, 2011).

L'important à considérer est l'atteinte d'un certain équilibre entre les deux critères que sont la saturation et la triangulation. Une saturation difficile à atteindre peut être encadrée par une triangulation des sources d'informations afin de saisir la réalité sociale telle qu'elle est dans le cyberspace. Toutefois, les effets de la topophilie et de l'homophilie, contre lesquelles les chercheurs ne sont pas immunisés, peuvent biaiser les recherches des sources d'informations.

Pour l'observation documentaire traditionnelle, le critère éthique présente des exigences moins lourdes que lorsqu'un instrument de collecte de l'information traite avec des êtres humains. Néanmoins, ces exigences sont bien réelles et fondent un principe de base pour l'intégrité de la recherche, c'est-à-dire le référencement complet et transparent des sources d'informations à la base de la recherche. Le phénomène cyber vient un peu compliquer la question du référencement dans l'observation documentaire. Il n'est pas toujours possible d'attribuer avec exactitude l'information recueillie à un auteur, à une date précise, à un titre éventuel, à son lieu de création, à une maison d'édition ou encore à des pages précises. Cela peut s'expliquer soit parce qu'il y a amalgame d'auteurs, de créateurs ou de dates sur une page Web, soit parce que les informations ne sont pas disponibles sur la page consultée, soit parce que la taphonomie obère la

recherche des informations originales et véritables de la page consultée.

L'*Encyclopædia Universalis* affiche clairement le problème du référencement à la fin de chacune de ces notices en ligne:

Référence numérique: Pour citer dans une bibliographie un article consulté en ligne, la seule date de référence possible est celle de la consultation. Aucune information identique à celle que donnait autrefois la date d'édition d'un livre n'est en effet disponible: un article en ligne peut avoir connu plusieurs versions avant le jour où vous le consultez, et être de nouveau modifié ultérieurement. De même, le seul «lieu» pertinent est l'URL de l'article (*Encyclopædia Universalis*, 2017).

Par exemple, à propos de la notice intitulée «Moteurs de recherche», la référence numérique proposée par l'*Encyclopædia Universalis* est celle-ci: «Brigitte SIMONNOT, "MOTEURS DE RECHERCHE", dans Universalis éducation, *Encyclopædia Universalis*, <<http://www.universalis-edu.com/encyclopedia/moteurs-de-recherche/>>², consulté le [date du jour de consultation]».

La taphonomie joue ici un rôle important, puisque le référencement numérique est fluctuant, car recentré vers l'utilisateur à travers la date de la consultation et non l'auteur et la date de création du contenu. De plus, le «lieu» de la publication est une adresse (une adresse URL dans l'exemple ci-dessus, mais ce peut être aussi une URI ou un DOI) faisant référence à quelque chose d'immatériel nécessitant un terminal informatique et une connexion Internet pour y avoir accès. La dématérialisation de l'information dans le cyberspace et le référencement numérique imposent donc un obstacle au référencement complet et transparent des sources d'information. Paradoxalement, il est plus facile qu'auparavant de trouver

de l'information grâce à Internet et le cyberspace, mais il est plus difficile de retracer adéquatement cette information à cause de la taphonomie et du référencement centré sur l'utilisateur.

Qui plus est, l'ensemble de ces considérations influencent clairement les deux critères qui sont habituellement retenus pour évaluer les qualités d'un instrument de collecte de l'information. En effet, la fidélité, soit la capacité de reproduire les mêmes résultats si l'instrument est utilisé par un autre chercheur, et la validité, soit la capacité de l'instrument à générer des informations pertinentes pour la recherche, se caractérisent différemment à propos de l'observation documentaire. D'une part, la fidélité est difficile à utiliser comme critère puisque le temps passant, le cyberspace se transforme et les informations initialement recueillies et dûment référencées peuvent disparaître ou être transformées. Un chercheur à venir a de fortes chances de retrouver des informations, certes en grande partie similaires, mais jamais le reflet exact, donc fidèle, des informations contenues dans la recherche initiale. De plus, la réactivité inhérente à l'utilisation de plateformes informatiques différentes pour observer le cyberspace affecte directement ce critère de fidélité. La seule solution envisageable pour contourner ce problème consiste à enregistrer l'ensemble de l'information collectée sur un support physique (une clé USB, par exemple) et à la rendre disponible avec la recherche. Or cela peut par la suite générer nombre de contraintes éthiques quant à la capture et l'archivage de certaines données extraites du cyberspace avec ou sans le consentement libre et éclairé des personnes les ayant produites. Ces considérations éthiques seront d'ailleurs en partie abordées dans le [chapitre 11](#), surtout pour ce qui a trait à l'observation d'une communauté virtuelle plus ou moins difficile à intégrer.

D'autre part, la validité de l'information, compte tenu de ce qui précède, en est généralement amoindrie. Malgré l'application rigoureuse et systématique de l'instrument de

collecte de l'information, la validité ne peut plus mesurer réellement ce qu'elle prétend mesurer au moment où l'information a été collectée initialement. Autrement dit, le phénomène cyber a comme conséquence de diminuer la validité de l'information à cause des problèmes de fidélité de l'observation documentaire, mais aussi parce que le contexte de production de l'information tend aussi à être plus difficile à établir afin de mener à bien une critique externe de la source d'information.

Le cyber amplifie et répercute notamment les informations non fondées, car les fausses nouvelles profitent des biais cognitifs des internautes, biais auxquels les chercheurs n'échappent pas. Selon Boutin (2006), devant l'avalanche d'informations et afin de rendre intelligible cette masse à travers les moteurs de recherche, le chercheur a tendance à retenir les détails, les propos et les événements qui confirment ses croyances préexistantes. Il a aussi un penchant vers la simplification en écartant les nombreuses spécificités de cette surcharge d'informations pour n'en retenir que des généralités. De plus, en cas d'absence inusitée dans cette masse, le chercheur remplit inconsciemment ce manque avec ses stéréotypes et ses *a priori*. Le dernier biais cognitif touché par le phénomène cyber et qui accable fortement l'observation documentaire se retrouve dans la prétention que peut avoir le chercheur de connaître le sens des écrits, des images ou des sons que le sujet dépose ou véhicule dans le cyberespace. En somme, il pense savoir ce que le sujet observé pense à travers sa production textuelle ou autre, mais sans vérifier davantage (Boutin, 2006).

TABLEAU 2.2 / Six critères pour l'évaluation de l'observation documentaire avec et sans le cyber

Outil	Réactivité	Flexibilité	Validité et fidélité	Triangulation	Saturation	Éthique
Observation documentaire sans le cyber	Nulle	Très flexible, coûts faibles et résultats habituellement satisfaisants	Très grande validité et très grande fidélité	Pas toujours nécessaire	Longue	Références
Observation documentaire avec le cyber	Importante et constante	Encore plus flexible, coûts encore plus faibles et résultats très satisfaisants	Validité plus difficile à établir et fidélité faible	Plus facile, mais nécessaire	Encore plus longue	Référencement plus difficile

Source: Adapté de Loiseau, 2011b, p. 48.

Ces biais cognitifs sont d'autant plus visibles que la joute politique est le terrain privilégié de la propagation de fausses informations, de tensions polémiques propices à l'interprétation erronée des adversaires politiques comme des chercheurs, que les représentations symboliques politiques sont utilisées à outrance et que la politique fournit chaque jour une abondance de nouvelles informations. Cela se déroule *a fortiori* dans un contexte où la science est malheureusement de plus en plus peuplée de recherches à l'éthique douteuse pour cause de fraudes (falsification et fabrication d'informations, notamment) ou d'erreurs scientifiques (plagiat, entre autres) (Steen, 2011). L'ensemble de ces transformations ont donc un effet majeur sur l'observation documentaire. En fait, tous les critères d'évaluation donc de mise en œuvre raisonnée de cet instrument de collecte de l'information sont véritablement touchés par le phénomène cyber. Le [tableau 2.2](#) synthétise la situation.

Conclusion

La rencontre entre les sciences sociales et politiques et l'objet d'étude qu'est le cyberspace offrent un champ fertile pour la recherche. Les études qui en découlent sont en processus d'éclosion, c'est-à-dire que se développe de plus en plus une production systématique de recherches scientifiques s'appuyant sur des faits et favorisant le débat intellectuel. La troisième phase des *Internet Studies* est symptomatique à cet égard. L'objectif de ce chapitre était de

démontrer l'ampleur de la rupture qu'apporte le cyber dans le champ d'étude des sciences sociales et politiques, mais aussi et surtout, l'ampleur des changements ainsi provoqués. Pour paraphraser Riché (2011), c'est la faute à Internet si les objets, les cadres d'analyse et les méthodes ont changé ces dernières années.

Devant cette rupture, les chercheurs butent sur un écueil constant, celui des défis méthodologiques quant à la qualité et à la portée de leurs recherches. Pour saisir l'ampleur de ces défis et répondre à notre question centrale, ce chapitre s'est attardé sur trois phénomènes concomitants: 1) les changements induits par le cyberspace sur les objets politiques; 2) l'influence directe de ces changements sur les cadres traditionnels d'analyse politologique; 3) les conséquences que tout cela apporte sur les outils de recherche en sciences sociales et politiques et sur les critères d'évaluation de ces outils ou méthodes et, plus particulièrement, sur l'observation documentaire.

Force est de constater que les méthodes de recherche en sciences sociales et politiques n'échappent pas à la prégnance du cyberspace. Si le cyber a élargi le champ de l'observation (documentaire, entre autres) sur le plan de la quantité d'informations à observer, cela n'entraîne pas nécessairement une augmentation équivalente de la qualité de l'information à observer. Aveuglé par la somme inimaginable d'informations, de données et de connaissances qui circulent sur et dans le cyberspace, le chercheur doit relever trois grands défis méthodologiques.

Or le premier grand défi pour les sciences sociales et politiques consiste à prendre conscience et à rendre compte de cette démultiplication des relations sociales des humains entre eux causée par la présence d'Internet. Le cyber est venu se superposer, voire se greffer, à des pratiques sociales et communicationnelles existantes et a eu pour conséquence de les augmenter au-delà de nos capacités de compréhension. Si bien que «la pensée contemporaine a du

mal à saisir les aspects multiples de ce nouvel objet [Internet]», comme l'affirmait Parrochia (2007, p. 10).

S'il est facile de se représenter une foule qui manifeste bruyamment contre un gouvernement, il est plus difficile de se représenter adéquatement une campagne militante numérique dans le cyberspace et surtout ses effets. Cet aspect touche le cœur même de l'objet des sciences sociales, soit les relations humaines, et amplifie de façon concomitante le nombre de relations sociales à caractère politique intéressant les sciences politiques et sociales. De surcroît, à cause du cyberspace, le savoir scientifique devient de moins en moins le monopole des chercheurs. Ce savoir est accessible à tous, et chacun peut l'interpréter et diffuser sur Internet ses opinions à la validité grandement variable, ce qui augmente le brouillard informationnel dans lequel doit évoluer le chercheur.

La remise en question des informations à travers les critères méthodologiques tels que la triangulation, la validité ou la fidélité est plus difficilement applicable, tel qu'il a été démontré, à propos du cyberspace. Il n'en demeure pas moins que ces critères forment une base de départ pour exercer l'esprit critique dans la recherche sur le cyberspace ou dans cet espace. Le deuxième grand défi tient d'ailleurs à ce que l'esprit critique de l'observateur est justement mis au défi par les transformations induites par le cyber. L'accessibilité au réel dans le cyberspace est réduite par les représentations de ce réel, les intentions du sujet, le vocabulaire utilisé, les sources d'où proviennent l'information et son degré plus ou moins grand de diffusion. Bref, faire preuve de discernement dans le cyberspace est une règle cardinale pour la recherche scientifique dans cet espace et au sujet de cet espace. Les chausse-trappes, les possibilités de surinterprétation et les impasses y sont très nombreuses. Pour se prémunir face à ses lacunes dans l'objet, mais aussi dans l'analyse de cet objet, l'esprit critique semble être un rempart limitant les dérives analytiques éventuelles.

Enfin, le dernier défi consiste en la maîtrise des moteurs de recherche. Ces derniers sont centraux dans la navigation dans le cyberspace et la maîtrise de leur fonctionnement est cruciale. Mener une recherche dans le cyberspace et grâce au cyberspace demande ainsi des compétences précises. Hanley (2011) nous avertit donc que mal maîtriser les compétences de recherche dans le cyberspace peut conduire le projet de recherche et la recherche à l'échec. Agissant comme interfaces entre le chercheur et le cyberspace, les moteurs de recherche offrent des outils et possèdent des capacités sous-exploitées qui permettent de se sortir du brouillard et de survivre à cette avalanche d'informations.

Toutes ces conclusions plaident pour un renforcement généralisé des méthodes de recherche et de leur enseignement, notamment face aux défis méthodologiques que pose le phénomène cyber aux sciences politiques et sociales, ce à quoi tente de répondre, entre autres, cet ouvrage.

Bibliographie

ALAMI, S., D. DESJEUX et I. GARABUAU-MOUSSAOUI (2013). *Les méthodes qualitatives*, 2^e édition, Paris, Presses universitaires de France.

BACHELARD, G. ([1957] 1998). *La poétique de l'espace*, Paris, Presses universitaires de France.

BLACKROCKBLOG (2015). <<https://www.blackrockblog.com/2015/12/11/economic-trends-in-charts/>>, consulté le 15 août 2017.

BOISVERT, D. (2009). «Compétences informationnelles et accès à l'information», dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*, 5^e édition, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 89-108.

BOULLIER, D. (2016). *Sociologie du numérique*, Paris, Armand Colin.

BOURDELOIE, H. (2014). «Ce que le numérique fait aux sciences humaines et sociales: épistémologie, méthodes et outils en questions», *Tic & société*, vol. 7,

n° 2, doi: 10.4000/ticetsociete.1500.

- BOUTIN, É. (2006). «Biais cognitifs et recherche d'information sur Internet. Quelles perspectives pour les indicateurs de pertinence des moteurs de recherche», VSST 2006, France, p. 1-7, <https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00827309/file/48_VSST_BIAIS_COGNITIFS.pdf>, consulté le 15 août 2017.
- BOXELL, L., M. GENTZKOW et J.M. SHAPIRO (2017). *Is the Internet Causing Political Polarization? Evidence from Demographics*, <<https://www.brown.edu/Research/Shapiro/pdfs/age-polars.pdf>>, consulté le 15 août 2017.
- CASILLI, A. (2005). «Le débat sur le nouveau corps dans la cyberculture: le cas des Extropiens», dans O. Sirost (dir.), *Le corps extrême dans les sociétés occidentales*, Paris, L'Harmattan, p. 297-329.
- CHOUCRI, N. (2013). «Co-evolution of cyberspace and international relations: New challenges for the social sciences», Acte de colloque, *World Social Science Forum*, Massachussetts Institute of Technology, p. 1-23.
- CÔTÉ, C. (2011). «La science politique à l'épreuve de la réalité», dans H. Loiseau (dir.), *Vous avez dit appliqué?*, Longueuil, Groupéditions, p. 271-286.
- CREATIVE COMMONS (2017). *License*, <<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/legalcode>>, consulté le 15 août 2017.
- DACOS, M. (2012). *Manifeste des Digital humanities*, conférence THATCamp 2010, <<http://tcp.hypotheses.org/318>>, consulté le 15 août 2017.
- DE KETELE, J.-M. et X. ROEGIERS (1991). *Méthodologie du recueil d'informations. Fondement des méthodes d'observation, de questionnaires, d'interview et d'étude de documents*, Bruxelles, De Boeck Université.
- DENYS, C. et M. PATOU-MATHIS (dir.) (2014). *Manuel de taphonomie*, Paris, Errance.
- DUPARC, A. et J. HOURDEAUX (2017). «Cambridge Analytica créée [sic] des "turbulences" dans le marketing électoral», *Médiapart*, 20 mars.
- DUTTON, W.H. (2013). «Internet Studies: The foundations of a transformative field», dans W.H. Dutton (dir.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*, Oxford, Oxford University Press.

- ENCYCLOPÆDIA UNIVERSALIS (2017), <<http://www.universalis-edu.com>>, consulté le 15 août 2017.
- FAVRE, P. (2007). «La question de l'objet de la science politique a-t-elle un sens?», dans P. Favre (dir.), *L'atelier du politiste*, Paris, La Découverte, p. 17-33.
- GARTNER (2017). «Gartner says worldwide sales of smartphones grew 7 percent in the fourth quarter of 2016», <<https://www.gartner.com/newsroom/id/3609817>>, consulté le 15 août 2017.
- GAUTHIER, B. (2016). «La structure de la preuve», dans B. Gauthier et I. Bourgeois (dir.), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*, 6^e édition, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 161-192.
- GOOGLE SCHOLAR (2017). <<https://scholar.google.ca/intl/fr/scholar/about.html>>, consulté le 15 août 2017.
- GOUPIL, S. (2007). «Gouvernement en ligne et démocratie: vers une mutation de la relation citoyenne à l'État?», *Politique et sociétés*, vol. 26, n° 1, p. 27-46.
- GRAHAM, M. et W.H. DUTTON (dir.) (2014). *Society and the Internet How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives*, Oxford, Oxford University Press.
- GREFFET, F. (2012). «Le web dans la recherche en science politique. Nouveaux terrains, nouveaux enjeux», *Revue de la BNF*, n° 40, p. 78-83.
- HANLEY, T. (2011). «Virtual data generation: Qualitative research, computers and counselling psychology», *Counselling Psychology Review*, vol. 26, n° 4, p. 59-69.
- HEWSON, C. et D. LAURENT (2008). «Research design and tools for Internet research», dans R. M. Lee, N. Fielding et G. Blank (dir.), *The SAGE Handbook of Online Research Methods*, Londres, SAGE, p. 61-67.
- HINE, C. (dir.) (2005). *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*, Oxford, Berg.
- INTERNET WORLD STATS (2017). <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>, consulté le 15 août 2017.
- KREMER, J.-F. et B. MÜLLER (dir.) (2014). *Cyberspace and International Relations: Theory, Prospects and Challenges*, London, Springer.
- LAKATOS, I. (1994). *Histoire et méthodologie des sciences: programme de recherche et reconstruction rationnelle*, Paris, Presses universitaires de France.

- LENOIR, Y. (2012). *Guide d'accompagnement de la formation à la recherche*, Longueuil, Groupéditions.
- LOISEAU, H. (2011a). «Une exploration du cyberspace à travers les cartes mentales», dans S. Breux, M. Reuchamps et H. Loiseau, *Carte mentale et science politique, regards et perspectives critiques sur l'emploi d'un outil prometteur*, Bruxelles, P.I.E. Peter Lang, p. 74-93.
- LOISEAU, H. (2011b). «La carte mentale comme instrument de collecte de l'information: une évaluation», dans S. Breux, M. Reuchamps et H. Loiseau, *Carte mentale et science politique, regards et perspectives critiques sur l'emploi d'un outil prometteur*, Bruxelles, P.I.E. Peter Lang, p. 39-74.
- MAINGUET, M. (2017). «Présidentielle: sur Wikipédia, la politique ça peut être "invivable"», *Europe 1*, <<http://www.europe1.fr/politique/presidentielle-sur-wikipedia-la-politique-ca-peut-etre-invivable-3295739>>, consulté le 15 août 2017.
- MARGOLIS, M. et D. RESNICK (2000). *Politics as Usual. The Cyberspace «Revolution»*, Londres, Sage Publications.
- MARKHAM, A.N. (2008). «Internet in qualitative research», dans L.M. Given (dir.), *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Los Angeles, Sage Publications, p. 454-458.
- MARWICK, A. (2012). «The public domain: Social surveillance in everyday life», *Surveillance & Society*, vol. 4, n° 9, p. 378-393.
- NORIMATSU, H. et N. PIGEM (2008). *Les techniques d'observation en sciences humaines*, Paris, Armand Colin.
- OREMUS, W. (2017). «Dans leur bulle (de filtres), les internautes? Pas si simple...», *Slate.fr*, <<http://www.slate.fr/story/142910/bulle-filtres-polarisation>>, consulté le 15 août 2017.
- PARISER, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, New York, Penguin Press.
- PARROCHIA, D. (2007). «L'Internet et ses représentations», *Rue Descartes*, vol. 55, n° 1, p. 10-20.
- PEREIRA MARTINS, C. (2014). *What is Cyberpolitics?*, <https://www.academia.edu/7554424/What_is_Cyberpolitics>, consulté le 15 août 2017.

- RICHÉ, P. (2011). «Pascal Riché: “la faute à Internet!”», *La Revue civique*, n° 6.
- ROTHBAUER, P.M. (2008). «Triangulation», dans L.M. Given (dir.), *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Los Angeles, Sage Publications, p. 892-894.
- SÉGUIN, C. (2016). «La recension des écrits et la recherche documentaire», dans B. Gauthier et I. Bourgeois (dir.), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*, 6^e édition, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 77-100.
- STEEN, R.G. (2011). «Retractions in the scientific literature: Is the incidence of research fraud increasing?», *Journal of Medical Ethics*, vol. 37, n° 4, p. 249-253.
- ST-LOUIS, B. (2016). «Mesurer l'homophilie dans les réseaux de collaboration scientifique», conférence présentée au XXXVI Sunbelt Conference of the International Network for Social Network Analysis (INSNA), <<http://www.science-metrix.com/fr/publications/presentations/mesurer-lhomophilie-dans-les-reseaux-de-collaboration-scientifique>>, consulté le 15 août 2017.
- TAVANGARRIZI, M. (2011). *Analyse de la problématique des arguments moraux entre le transhumanisme et l'humanisme au sujet de l'amélioration humaine par la convergence des NBIC (nanotechnologies, biotechnologies, technologies de l'information et sciences cognitives)*, mémoire de maîtrise, Chicoutimi, Université du Québec à Chicoutimi, <<http://constellation.ugac.ca/2553/>>, consulté le 15 août 2017.
- TUAN, Y.-F. ([1974] 1990). *Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*, New York, Columbia University Press.
- TULBURE, B.T. (2011). «A productive research environment for social scientists», *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, vol. 4, n° 1, p. 71-78.
- VINER, K. (2016). «How technology disrupted the truth», *The Guardian*, 12 juillet, <<https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>>, consulté le 15 août 2017.
- WELLMAN, B. (2004). «The three ages of Internet Studies: Ten, five and zero years ago», *New Media & Society*, vol. 6, n° 1, p. 123-129.

¹ L'homophilie, dans ce contexte, correspond au phénomène qui consiste à la recherche d'individus semblables à soi en matière de champs d'intérêt et

non pas à l'homosexualité ou à une sympathie éprouvée envers les homosexuels.

[2](#) Ce lien est accessible uniquement avec un abonnement.

CHAPITRE 3 /

Les différentes couches composant le cyberspace

Sabrina Dupéré

D'abord désigné comme l'espace d'échange de l'information numérisée, le cyberspace est un environnement qui connaît une grande expansion, tant par sa portée géographique que par l'augmentation des phénomènes et des activités qui lui sont reliés. Dans le sillage de la révolution technologique de l'information, la fin du XX^e siècle a été marquée par des changements sociaux jusqu'alors inédits. Les télécommunications se sont informatisées et mondialisées, le commerce international a été facilité par l'entremise des ordinateurs et des options de transactions en ligne, et une quantité grandissante d'informations a été emmagasinée sur des disques grâce aux avancées en microélectronique. Aujourd'hui, l'éducation se décentralise grâce à l'apprentissage électronique à distance (le *e-learning*), et la participation politique s'élargit et s'approfondit dans le cadre de la gouvernance électronique.

L'émergence d'un cyberspace a eu pour effet de constituer un nouveau milieu de communication, d'échange, de travail et de pensée pour les sociétés humaines. De ce fait, la conduite des sociétés, longtemps confinée au monde réel, s'est transposée, mais aussi transformée à travers cet espace artificiel maintenant omniprésent dans nos sociétés. En effet, s'il modifie les façons d'être et d'agir au quotidien,

entraînant ainsi une série de ruptures ou pour le moins un renouvellement indéniable des pratiques sociales, le phénomène cyber s'est également diffusé dans la pratique des sciences sociales et politiques, à la fois comme instrument, méthode et terrain de recherche.

Malgré l'intérêt croissant pour le cyberspace, tant dans les milieux universitaires, militaires et qu'au sein du grand public, celui-ci demeure un objet d'étude aux contours flous. C'est ici que se recoupent les trois questions qui se trouvent à la base de cet ouvrage, soit 1) quels sont les changements sociaux et politiques induits par l'arrivée puis l'omniprésence du cyberspace dans les sociétés occidentales? 2) Est-ce que le cyberspace a aussi provoqué des changements sur le plan de la pratique scientifique et pédagogique des sciences politiques? 3) Est-ce que le cyberspace non seulement a changé la nature des relations sociales et les pratiques scientifiques et pédagogiques, mais a-t-il aussi entraîné des transformations majeures des méthodes de recherche des sciences sociales et politiques? Afin de réaliser les ambitions du présent ouvrage - c'est-à-dire circonscrire les changements induits par le cyberspace et répondre à ces trois questions -, il est essentiel, dans un premier temps, d'entreprendre un détour théorique et conceptuel pour mieux définir le cyberspace. Dans l'ensemble que constitue ce livre, ce chapitre a pour objectif de fournir un cadre d'analyse afin de répondre aux questions exposées en introduction et d'évaluer en amont le cyberspace à partir d'un angle méthodologique général.

Le détour que nous entreprenons exige une certaine conceptualisation et évaluation des implications du cyberspace. Dans la première section de ce chapitre, nous nous intéresserons aux représentations du cyberspace, en explorant comment le cyberspace est imaginé et comment l'idée qu'on se fait de celui-ci est porteuse de sens pour les utilisateurs, les chercheurs et les collectivités. La seconde

section décrira comment le cyberspace s'érige; nous y exposerons le modèle que nous privilégions pour interpréter le cyberspace. Organisée à partir du tableau analytique présenté à la fin de ce chapitre, cette section aura pour but de présenter et d'étayer la pertinence du cadre théorique de l'ouvrage ainsi que de démontrer son opérationnalisation à travers l'exposition des interactions entre les différentes couches du modèle présenté.

3.1 / Le cyberspace: un endroit comme les autres?

Le cyberspace, c'est à la fois Internet et l'espace qu'il génère. Toutefois, le cyberspace n'est ni synonyme d'Internet ni de la Toile (ou du Web). Internet peut être défini comme un «réseau mondial associant des ressources de télécommunication et des ordinateurs serveur et clients» (Desforges et Déterville, 2014, p. 24). Si, souvent, l'usage du terme *cyberspace* fait référence aux nouvelles possibilités qui ont émergé grâce au développement d'Internet, il ne faut pas oublier qu'il existe aussi des systèmes d'information non interconnectés à celui-ci. Ainsi, les intranets et les extranets, soit les réseaux internes ou externes des entités organisationnelles, sont partie intégrante du cyberspace, quoiqu'ils soient nettement moins visibles dans le paysage cybernétique (Dosse, Kempf et Malis, 2013, p. 18).

Ensuite, notons que la Toile (le Web) est un outil de traitement et de présentation de l'information numérisée (Graham, 1999, p. 22). Le Web est souvent confondu avec Internet puisque, en fait, il est devenu l'application la plus importante d'Internet. Le Web a permis d'élargir l'usage d'Internet par une poignée d'enthousiastes à un grand nombre de domaines et donc à une quantité importante d'utilisateurs (Barrett, 1997, p. 26). Le cyberspace apparaît

donc comme un objet plus virtuel et englobant (puisque'il n'est pas seulement un ensemble de réseaux, mais aussi un ensemble de fonctions, dont celle du Web) en rapport avec Internet, qui est plus facilement définissable et identifiable en tant que réseau des réseaux interconnectés à l'échelle de la planète.

S'il est possible de poser une définition du cyberspace, la qualification de «l'espace» qu'il génère fait, quant à elle, l'objet «de représentations contradictoires, nourries d'images venues de la littérature de science-fiction, du militantisme, de la politique ou encore du marketing» (Douzet, 2014, p. 6). La qualification de l'auteur William Gibson est généralement considérée comme la première des représentations formelles de la «nouvelle arène d'interactions» qu'est le cyberspace (Choucri, 2012, p. 7). En effet, William Gibson, qui inventa et popularisa le terme *cyberspace* en 1984 dans son roman de science-fiction *Neuromancien*, dépeint un protagoniste qui se connecte à une plateforme dans laquelle il projette sa conscience désincarnée, donc détachée de son corps, dans une «hallucination consensuelle» vécue quotidiennement par des dizaines de millions de personnes (Gibson, 1986). Au cours des 10 années qui ont suivi la parution de l'ouvrage, la conception du cyberspace comme lieu dans lequel les utilisateurs laissent leur corps derrière eux afin de voyager dans une «matrice de la pensée» a pris racine dans la société et a influencé, à son tour, le rapport entretenu avec lui.

Les représentations du cyberspace ne sont pas sans effet. Elles viennent influencer notre perception et conduisent à des inférences métaphoriques concernant la nature et les caractéristiques de l'objet représenté, mais aussi la compréhension qu'on se fait de celui-ci. Il est naturel pour l'esprit humain d'avoir recours à l'abstraction pour comprendre un objet aussi difficile à cerner que celui

du cyberspace (Yen, 2002, p. 1207). Les représentations, ou encore les métaphores¹, permettent de réduire l'incertitude, de donner un sens et de mieux appréhender un objet. Des rapprochements et des comparaisons sont donc proposés afin de lier ce qui est familier à l'humain à ce qui ne l'est pas:

People use apt metaphors because they stimulate the imagination, drawing attention to patterns and possibilities that would otherwise have escaped attention. If perceptions stimulated by metaphor become sufficiently ingrained, people may adopt them as reality and make them the basis for future beliefs and actions (Yen, 2002, p. 1209).

Autrement dit, «[l]e cyberspace ne constitue pas une seule représentation, mais un système complexe de représentations qui s'enchevêtrent, s'agrègent et s'opposent» (Desforges, 2014, p. 68). Les transformations dans la manière de concevoir le cyberspace sont liées à sa rapide évolution et, surtout, à l'érosion de la congruence de certaines représentations du cyberspace avec la réalité.

3.1.1 / **Un produit de la pensée humaine**

Le cyberspace et Internet sont souvent pensés en termes spatiaux. L'utilisation de mots comme *espace* (Dosse, Kempf et Malis, 2013), *lieu* (Raoul, Benrahal et Guignard, 2004), *environnement* (Harknett, 2011) et *monde* (Josset, 2011) pour désigner le cyberspace est un sédiment de la manière dont nous percevons ce dernier. En science politique, la représentation du cyberspace comme nouvelle entité spatiale est après tout prégnante dans l'analyse des conflits et la formulation des stratégies visant son contrôle ou sa sauvegarde.

Parmi les nombreuses métaphores ayant été appliquées au cyberspace et à Internet², la représentation dominante qui influence encore aujourd'hui notre perception est celle où l'on imagine le cyberspace comme un nouveau lieu «physique», comparable à la frontière occidentale de l'Amérique, la *Western Frontier* ou encore le *Wild West* (Yen, 2002, p. 1210; Lemley, 2003, p. 521; Hunter, 2003, p. 441). L'idée de considérer le cyberspace comme un nouveau lieu découle des premières conceptions cyberlibertariennes, qui insistent sur le fait que le cyberspace est différent du monde réel et que, de ce fait, celui-ci devrait bénéficier d'une autonomie face au monde physique. Ce passage de *A Declaration of the Independence of Cyberspace*, discours politique manifeste de cette représentation, l'exprime bien:

Governments of the Industrial World, you weary giants of flesh and steel, I come from Cyberspace, the new home of Mind. On behalf of the future, I ask you of the past to leave us alone. You are not welcome among us. You have no sovereignty where we gather [...] You claim there are problems among us that you need to solve. You use this claim as an excuse to invade our precincts. [...] We are creating a world that all may enter without privilege or prejudice accorded by race, economic power, military force, or station of birth. We are creating a world where anyone, anywhere may express his or her beliefs, no matter how singular, without fear of being coerced into silence or conformity. [...] Our identities have no bodies, so, unlike you, we cannot obtain order by physical coercion. We believe that from ethics, enlightened self-interest, and the commonweal, our governance will emerge. Our identities may be distributed across many of your jurisdictions³ (Barlow, 1996).

Telle qu'elle a été réfléchi au départ, la représentation souvent présentée sous l'appellation «*Cyberspace as place*» implique que le cyberspace est un endroit en soi, qui échappe à la notion de frontière et qui ne peut donc être réglementé par les gouvernements territoriaux. La formulation de règles et de codes de conduite dans le cyberspace serait donc laissée aux communautés qui fréquentent cet espace – ce que Barlow appelle la «civilisation de l'esprit» –, ce qui entraînerait une forme d'autorégulation. Ainsi, le cyberspace est représenté comme l'équivalent moderne de la *Western Frontier*, un endroit «*where land was free for the taking*» (Hunter, 2003, p. 441), un espace de liberté et d'opportunités où l'éloignement du monde occidental – le monde réel dans ce cas-ci – assurerait l'absence de contraintes juridiques et sociales et une autonomie face au monde réel (Yen, 2002, p. 1211).

À travers cette abstraction, le cyberspace évoque à la fois un monde virtuel caractérisé par la dématérialisation, l'absence de frontières, l'anonymat, la liberté et le partage illimité et instantané, ainsi qu'un espace dangereux et nébuleux dans lequel des comportements et des idées réfrénés en société peuvent s'exprimer sans répression (à ce sujet, voir le [chapitre 11](#)). L'argumentaire cyberlibertarien – plus précisément l'idée que le cyberspace constitue un lieu hermétiquement scellé du monde réel – s'est transformé et a fini par être concurrencé et même rejeté. En effet, plusieurs auteurs (Hunter, 2003; Goldsmith, 1997; Lemley, 2003; Lessig, 2006) ont contribué à démontrer que le cyberspace peut être considéré comme partie intégrante du réel. Dans cette perspective, le cyberspace peut être zoné. On peut aussi interférer physiquement dans son fonctionnement et il peut faire l'objet d'intrusions. Cette perception est venue aussi justifier l'application dans le cyberspace de lois déjà

existantes, notamment celles régissant le droit de propriété et le droit d'auteur, des droits qui portent atteinte à la libre circulation de l'information que les tenants de l'argumentaire libertarien s'affairent à défendre. De surcroît, cette perspective autorise un maintien de l'ordre dans le cyberspace qui encadre ou interdit le contenu, les pratiques et activités que la société perçoit comme nuisibles ou dangereuses.

Qu'il soit fermé ou non, le cyberspace continue à revêtir dans la littérature un sens géographique et cette représentation conditionne encore la manière dont nous l'appréhendons, du moins d'un point de vue conceptuel (Lemley, 2003, p. 524; Desforges, 2014, p. 68). Toutefois, comme nous le verrons dans les prochaines lignes, l'idée que le cyberspace constitue un lieu dans lequel les utilisateurs «naviguent» semble erronée.

Toujours selon Yen,

il est important de séparer l'application des métaphores de l'appréhension qu'elles donnent de la réalité. Une métaphore ne correspond pas en tout point à la réalité. L'utilisation de métaphores fonctionne parce qu'elles offrent une perspective, mais l'adoption de cette perspective omet nécessairement les idées offertes par d'autres perspectives (traduction libre de Yen, 2002, p. 1209).

Dans le cas présent, la représentation «*Cyberspace as place*» néglige le fait qu'en réalité, personne n'arrive à se retirer du monde réel en pénétrant dans le cyberspace. C'est ce qui amènera Goldsmith, notamment, à soutenir que le cyberspace n'est pas, à proprement dit, séparé du monde physique: «*Net is not a separate place, and Net users are not removed from our world. They are no more*

removed than telephone users, postal users, or carrier-pigeon users» (Goldsmith, 1997, p. 1121).

Dans la perspective de Goldsmith, le cyberspace apparaît, plutôt, comme la continuité de l'extension des capacités humaines et non comme un espace en soi. Bref, il est un outil aux capacités remarquables, induisant des transformations prodigieuses, mais un outil néanmoins comparable à différentes échelles à ceux développés par nos ancêtres. Les données circulent sur des fils et sur les ondes depuis des siècles à la demande des humains, mais il serait difficile de croire que la télévision, le télégraphe ou le téléphone sont des lieux dans lesquels les gens voyagent.

À cet égard, on représente le cyberspace et Internet comme de simples protocoles informatiques, comme des codes qui permettent aux utilisateurs d'ordinateurs de transmettre des données à d'autres appareils en utilisant les réseaux de communication existants (Lemley, 2003, p. 523; Dosse, Kempf et Malis, 2013, p. 18). N'importe qui ayant accès à ces réseaux peut transmettre des données par leur intermédiaire. L'arrivée de ces données à un emplacement particulier dépend de la configuration de l'ordinateur du destinataire; s'il y a correspondance dans la configuration, le destinataire pourra recevoir les données dans la forme sous laquelle elles ont été envoyées par le destinataire. Si c'est effectivement le cas, les données – qu'elles soient présentées sous la forme d'un courriel, d'un fichier audio ou encore d'un maliciel⁴ – sont lues par l'appareil destinataire. Ainsi, peu importe la forme que prennent les données, ce sont ces dernières et non les utilisateurs qui voyagent dans le cyberspace.

3.1.2 / **Du virtuel au réel**

Même si nous comprenons que, dans les faits, nous ne nous déplaçons pas en accédant à un site Internet, par exemple,

en certaines occasions, il est pourtant très facile de croire que nous nous retrouvons dans un espace physique différent de celui dans lequel nous étions quelques minutes plus tôt. Cette impression est si forte que nous acceptons de concevoir le cyberspace comme un objet réel ou un lieu physique (Lemley, 2003, p. 524).

Dans certains cas, l'analogie du cyberspace comme endroit à part entière semble être adéquate. Par exemple, les amateurs de jeux en ligne massivement multijoueurs (ou jeu MMOG [*Massively Multiplayer Online Game*]) comme *World of Warcraft* ou encore les usagers de plateformes de simulation comme *Second Life*, «se rendent» dans un espace virtuel partagé, sont immergés dans un environnement représenté graphiquement et voyagent dans celui-ci. Ils créent et développent un personnage, participent à une économie virtuelle – souvent en marge de celle qui est présente dans le monde réel –, discutent de gouvernance, prennent part à des décisions politiques, se font des amis; tous des éléments qui contribuent à donner un sens de réalité à cet espace pourtant virtuel (Lau, 2010; Bakis, 2007, p. 290). Toutefois, la réalité du cyberspace dépasse la simple excursion dans le monde numérique.

En raison de son intégration accrue dans notre quotidien, le cyberspace n'est pas qu'un endroit que l'utilisateur pénètre et quitte à volonté. En fait, l'expérience que nous avons actuellement du cyberspace est souvent liée à l'omniprésence de celui-ci, voire à un envahissement. Nul besoin de demeurer enchaîné à nos ordinateurs personnels pour avoir accès au cyberspace ou être affecté par celui-ci. Il suffit de penser au déploiement croissant de capteurs, de réseaux sans fil, d'appareils mobiles (Hansmann *et al.*, 2001) et de l'utilisation généralisée des systèmes informatiques dans les milieux de travail et dans la conduite de l'État pour prendre conscience de l'envahissement cybernétique (Atzori, Iera et Morabito, 2010, p. 2787). La

collecte et l'utilisation des données générées par nos activités quotidiennes se poursuivent à l'extérieur de notre utilisation consciente et active que l'on en fait (à cet effet, voir le [chapitre 9](#) de ce livre). En effet, la diffusion des technologies numériques et la multiplication d'appareils liés au paradigme de l'Internet des objets⁵ amènent un élargissement du cyberspace à des lieux appartenant au monde physique et à des objets d'utilité courante comme des électroménagers, des voitures, des robots industriels et, même, des stimulateurs cardiaques. Le phénomène des villes intelligentes, qui sera d'ailleurs abordé au [chapitre 10](#) de cet ouvrage, s'inscrit également dans cette tendance.

Dans cette perspective, le cyberspace est partie intégrante de notre environnement. En effet, les différents éléments qui composent notre environnement, soit l'ensemble des éléments naturels et culturels qui entourent un être vivant, interagissent. Le cyberspace, se superposant aux autres éléments, en vient lui aussi à interagir avec ces derniers, entrant ainsi en osmose avec notre environnement (Clark, 2010, p. 5). Donc, plus qu'un milieu, le cyberspace est un revêtement, anthropogène et artificiel, appuyé sur le monde matériel. Si nous allons dans le cyberspace, celui-ci vient aussi impérativement à nous, brouillant la limite entre la vie en ligne et celle hors ligne.

3.2 / La structuration du cyberspace

Comme il a été démontré dans la première section de ce chapitre, le cyberspace peut être imaginé individuellement et collectivement à travers des représentations qui finissent par guider son utilisation, mais aussi son encadrement et l'action politique dont il fait l'objet. Toutefois, ces représentations, quoique pertinentes pour analyser la trajectoire de la réflexion philosophique et politique sur le cyberspace, limite l'appréhension du cyberspace et ne

procure pas une vision d'ensemble du phénomène cyber en raison de «l'excès d'anthropomorphisme» qu'elles génèrent (Loiseau, 2016). Quelles que soient ces représentations, elles finissent par projeter des zones d'ombre sur l'objet qui nous intéresse. En effet, s'il est artificiel et relativement intangible, le cyberspace n'est pas pour autant immatériel; c'est d'abord par les strates qui le composent qu'on rend compte du caractère concret du cyberspace. Cependant, ce ne sont pas les ordinateurs qui créent le phénomène que nous appelons cyberspace; ce sont en fait l'interaction et l'interconnexion de différents éléments assurant un large éventail de rôles et fonctions qui permettent d'ériger le cyberspace. L'analyse de ces éléments permettra aux chercheurs ainsi qu'aux lecteurs de mieux comprendre le phénomène à travers la complexité du cyberspace, ce qui mènera également à une meilleure compréhension des phénomènes dotés du préfixe *cyber*.

À cet effet, nous proposons un modèle en quatre couches présenté à la fin de ce chapitre sous forme d'un tableau analytique ([tableau 3.1](#))⁶. Nous privilégions ce modèle puisqu'il a le mérite d'englober le cyberspace dans sa totalité – donc non pas uniquement dans son caractère purement virtuel, ou purement réel – et la capacité de représenter l'influence des sociétés humaines sur le cyberspace. La présente section propose une description des quatre couches et des interactions entre celles-ci: la couche physique, la couche logicielle, la couche informationnelle et la couche sociale.

3.2.1 / **La couche physique**

La couche physique désigne toutes les infrastructures physiques nécessaires à la mise en place, au maintien et à l'accès au cyberspace. Il s'agit donc de la couche la plus concrète du cyberspace. Cette couche, souvent appelée *hardware*, constitue la fondation du cyberspace. Elle est

divisée en deux sous-composantes: la composante matérielle et la composante réticulaire.

La composante matérielle englobe traditionnellement les ordinateurs personnels, les serveurs, les processeurs, les réseaux électriques ainsi que les téléphones intelligents et tous les autres appareils connectés⁷ (Fiorina, 2012, p. 2; Louis-Sidney, 2012, p. 75; Clark, 2010, p. 2). Dans la perspective que la révolution cyber se poursuivra à travers le paradigme de l'Internet des objets, nous pouvons nous attendre à une expansion remarquable de la composante matérielle. Les différentes machines de la composante matérielle sont *a priori* isolées les unes des autres. Elles fonctionnent, de ce fait, de façon autonome. Pour qu'elles soient reliées entre elles afin de permettre l'existence d'un ou de réseaux, comme Internet et la technologie Bluetooth notamment, la composante réticulaire, qui, elle, représente l'architecture des réseaux, doit être superposée à la composante matérielle.

La composante réticulaire regroupe les éléments qui permettent de lier par un ou plusieurs réseaux les différentes machines de la composante matérielle, augmentant ainsi leurs capacités. L'ensemble des réseaux filaires, comprenant les câbles sous-marins par lesquels passe 99% du trafic numérique intercontinental considéré comme l'épine dorsale d'Internet, les satellites, les terminaux et autres périphériques des fournisseurs de connexion sont des exemples de ce qui permet aux ordinateurs personnels d'accéder à un réseau et de se lier avec d'autres éléments de la composante matérielle (Fiorina, 2012; Clark, 2010, p. 2). Cette couche est possiblement la plus simple à comprendre, puisqu'elle est tangible et que son caractère matériel lui confère un sens géographique; elle est la moins difficile à cartographier. À travers cette couche, le cyberspace apparaît comme un artéfact réel construit à partir d'éléments réels et non

comme une conception vague sans ancrage. En effet, les dispositifs physiques existent dans un lieu et sont donc soumis aux contraintes de la géographie, en plus de s’inscrire dans une juridiction soumise au politique.

TABLEAU 3.1 / Les quatre couches composant le cyberspace

Couche	Description générale	Sous-composantes	Qui ou quoi?	Exemples de rôles	Caractéristiques
Sociale (humaine)	Ensemble des acteurs et entités aux intérêts variés qui coconstruisent le cyberspace à travers différents rôles et différents objectifs ou intérêts	Collective	Sociétés, gouvernements, entreprises, groupes sociaux et autres collectivités, communautés virtuelles, etc.	Génère des politiques, des institutions, des lois, des normes, des initiatives, les représentations du cyberspace, etc.	Immatérielle, mais ancrée dans le monde réel
		Individuelle	Internauts, pirates informatiques, avatars, etc.	Occupe la facette comportementale du cyberspace	
Informationnelle (cognitive)	Ensemble du domaine de la connaissance sous forme d’informations et de données numériques	—	Ensemble des données et des informations créant le contenu du cyberspace véhiculé à travers le réseau	Occupe la facette de création, de captation, d’entreposage et de traitement de l’information	Multiforme, volatile, convoitée
Logicielle (syntaxique)	Ensemble de capacités et de fonctionnalités qui assurent la transmission de données entre les différents points du réseau	—	Protocoles de réseaux, systèmes d’exploitation, programmes informatiques, logiciels, applications, algorithmes, etc.	Permet l’interopérabilité des dispositifs, et procure l’interface entre l’infrastructure du cyberspace et l’infrastructure (couche informationnelle et couche sociale)	Construction récursive, flexible
Physique	Ensemble des infrastructures physiques nécessaires à la mise en place, au maintien et à l’accès au réseau	Réticulaire	Réseaux de câbles ou sans fil, satellites, etc.	Lie par un ou plusieurs réseaux les différents dispositifs de la sous-composante matérielle	Tangible, ancrée géographiquement
		Matérielle	Ordinateurs, serveurs, processeurs, capteurs, appareils mobiles, etc.	Génère le support tangible du réseau	Tangible, ancrée géographiquement

3.2.2 / La couche logicielle

La couche logicielle est traditionnellement définie comme une strate de *software*, d’éléments souples et immatériels, se superposant à la strate de *hardware*, des éléments «durs», donc matériels. Si la couche matérielle est chargée de la mise en œuvre de l’«intelligence» du système, la couche logicielle, elle, décrit cette «intelligence» et s’exécute à travers la couche matérielle. Elle comprend «tous les services qui permettent d’assurer la transmission des données entre deux points du réseau et, donc, de faire voyager l’information, découpée en petits paquets de données, de son expéditeur à son destinataire» (Douzet, 2014, p. 6).

Sur le plan logiciel, la communication entre les machines suppose l'existence d'un langage commun de communication, une syntaxe représentant un ensemble de règles qui permet à des logiciels d'exécuter des commandes. Ce langage commun est en fait un ensemble de protocoles, les protocoles de réseaux qui sont aujourd'hui partagés par presque l'ensemble des systèmes actifs dans le cyberspace (Scherrer, 2005, p. 474; Dosse, Kempf et Malis, 2013, p. 19). Ils assurent l'interopérabilité entre les différents dispositifs compris dans la composante matérielle reliés par un réseau grâce à la composante réticulaire, et fournissent un ensemble de capacités ou de fonctionnalités (Parrochia, 2007, p. 12; Clark, 2010, p. 2).

À un niveau très bas de la couche logicielle, les fonctionnalités sont très élémentaires; celles liées à l'exécution des programmes, les mécanismes de transport des données et les normes pour les formats de données en sont quelques exemples. Toutefois, ces fonctionnalités sont conçues pour être combinées et offrir des services de plus en plus complexes, comme le transfert et le partage de fichiers, la messagerie électronique, l'impression de documents, l'exécution de commandes à distance, etc. (Parrochia, 2007, p. 12; Clark, 2010, p. 2). Au sein de cette couche elle-même stratifiée, les fonctionnalités et les protocoles se superposent et transmettent, à partir de la plus haute strate, une pensée émanant des utilisateurs qui, elle, sera traduite en «langage machine» interprétable par les strates de plus bas niveau, procurant, ainsi, une interface facilitant le lien entre la quatrième couche et la première couche.

Le réseau Internet, par exemple, a entraîné l'émergence d'un cyberspace qui est construit à partir d'un ensemble de fonctionnalités qui contribue à le rendre en mesure de fournir une variété de services (Clark, 2010, p. 2). À partir des services de plus bas niveau, des applications comme un

logiciel de traitement de texte, une base de données ou encore la Toile (Web), soit le système qui nous permet de naviguer de page en page sur des liens grâce à un fureteur, sont construites. La combinaison d'une base de données et du Web permet la génération de pages Web au contenu dynamique, c'est-à-dire des pages Web dont le contenu peut varier en fonction d'informations (comme l'heure de consultation, l'emplacement géographique et les préférences de l'utilisateur) connues qu'au moment de leur consultation⁸ (O'Reilly, 2007, p. 25). La génération de contenu dynamique est d'ailleurs une des fonctionnalités qui a permis de passer du Web 1.0⁹ au Web 2.0.

Au-delà de ce niveau, l'innovation permet une offre de services comme le réseau Facebook, qui devient lui-même une plateforme permettant le développement de nouveaux services (Clark, 2010, p. 2). La couche logicielle est, donc, une construction récursive mue par l'innovation humaine. Toutefois, c'est la programmabilité et la généralité de l'ordinateur et d'autres dispositifs physiques, bref les éléments de la couche matérielle, qui tendent à rendre la structure logique aussi flexible (Clark, 2010, p. 2; Hansmann et al., 2001, p. 19).

Ce sont davantage les décisions prises au niveau de la deuxième couche, notamment celles qui ont façonné le Web, qui expliquent les forces, mais aussi les limites et les failles du cyberspace (Clark, 2010, p. 3). L'hameçonnage¹⁰, les attaques par déni de service¹¹ et d'autres activités malveillantes sont possibles dans le cyberspace en raison de la manière dont est façonnée sa couche logicielle. Les cybercriminels tirent, en fait, profit tant des faiblesses de la couche logicielle, par exemple par l'usage d'une porte dérobée (*backdoor*), que des effets pervers de ses forces, comme la capacité de pouvoir transmettre des données à un ensemble d'autres ordinateurs.

3.2.3 / **La couche informationnelle**

La couche informationnelle, aussi appelée dans la littérature couche «sémantique» ou «cognitive», est la couche que l'on associe le plus au cyberspace, car c'est elle qui est la plus visible. Toutefois, pour exister, elle dépend de la couche physique procurant le matériel, le terrain de jeu cybernétique et l'interconnexion, ainsi que de la couche logique procurant les fonctionnalités. En s'associant aux deux couches inférieures et en fonction des besoins de la couche sociale, la couche informationnelle occupe la facette de création, de captation, d'entreposage et de traitement de l'information qui est au cœur de l'expérience du cyberspace. À elle seule, cette couche compose le domaine de la connaissance qui renvoie aux contenus véhiculés par les réseaux, de l'information numérique, ainsi que du sens que lui donnent les utilisateurs (Fiorina, 2012, p. 2). Toutefois, l'interconnexion entre la couche informationnelle et la couche logique est si déterminante dans le cyberspace que sans les données, les outils sont inutiles et que sans les logiciels, les données sont impossibles à gérer.

L'information véhiculée dans le cyberspace est multiforme. Elle englobe les vidéos et la musique que partagent les utilisateurs entre eux, les dossiers et documents des entreprises stockés sur des serveurs, ainsi que toutes les pages contenues sur la Toile, sans oublier les livres en ligne, les photos que l'on retrouve sur son ordinateur personnel ou sur les médias sociaux, les métadonnées¹², ainsi que les données créées et récupérées, les *cookies* ou témoins de connexion, lorsque l'utilisateur cherche d'autres informations sur un moteur de recherche, par exemple (Clark, 2010). L'émergence du Web 2.0 a d'ailleurs contribué à intensifier la création de contenu par les utilisateurs, qui sont de plus en plus invités à contribuer

au contenu des sites, soit en commentant ou amendant des articles ou encore en créant un compte d'utilisateur (O'Reilly, 2007).

Le caractère de l'information contenue dans le cyberespace a grandement évolué. En effet, auparavant, le traitement des données était effectué sur des ordinateurs isolés, conférant un caractère statique à l'information, avant que l'on développe les capacités d'interconnexion. L'information était alors entreposée sur des disquettes, des bandes ou des disques, et était récupérée selon les besoins (Clark, 2010). Aujourd'hui, l'information statique sous forme d'archives de grande ampleur existe encore, comme les relevés de transactions des entreprises enregistrés dans des entrepôts de données. Toutefois, depuis plusieurs années, l'attrait pour l'information dynamique – donc l'information capable d'être filtrée, partagée ou sélectionnée précisément à travers sa mise en réseau – rend l'entreposage d'information beaucoup moins attrayant puisque très limité en ce qui concerne le traitement de l'information (Clark, 2010, p. 3). On comprend alors que des enjeux de propriété, d'authenticité et de fiabilité des informations deviennent de plus en plus cruciaux au fur et à mesure que l'information est accessible et partagée en ligne.

3.2.4 / La couche sociale

Les trois premières couches décrites dans la présente section sont bien analysées dans la littérature, notamment celle provenant de la science informatique. En effet, on remarque aisément une certaine dominance de la vision technomatérielle du cyberespace. Cette vision est axée sur les conséquences matérielles et techniques que provoque l'expansion du cyberespace, et son objectif général est d'améliorer la technologie (Hamel, 2013, p. 2; Loiseau, 2016, p. 250). Ainsi, la dernière couche mise de l'avant dans ce chapitre, la couche sociale, est peu directement abordée,

malgré son importance en ce qui concerne l'édification du cyberspace et l'analyse du phénomène cyber.

Nous considérons qu'avant tout, ce sont les sociétés humaines qui définissent, façonnent et choisissent comment utiliser le cyberspace. En effet, nous soutenons que le cyberspace n'est pas que constitué de tuyaux virtuels et de l'information qui y circule, mais également de ce qui se passe dans ces tuyaux. Autrement dit, de l'usage qui est fait de cet espace.

La couche sociale représente l'ensemble des acteurs et entités aux intérêts variés qui participe au cyberspace à travers des rôles variant d'un contexte à l'autre (Choucri, 2012, p. 8). C'est une couche qui, lorsqu'elle se transpose dans le cyberspace, est totalement immatérielle, perpétuellement reconstruite au fil des relations sociales qui y existent et qui y sont entretenues, mais, aussi, qui existent et qui sont entretenues en dehors du cyberspace. Cette couche existe en l'absence du cyberspace, mais se voit transformée par l'apparition et la popularisation de celui-ci.

On comprend alors que, contrairement aux autres couches qui sont soit entièrement réelles ou entièrement virtuelles, la couche sociale se définit par un chevauchement entre les deux. En fait, l'expérience sociale s'établit à partir d'une osmose entre le social virtuel et le social réel. Semblable au phénomène chimique d'osmose, l'écran d'ordinateur (ou de tout autre appareil) n'est qu'une paroi semi-perméable d'où peut se transférer une partie de l'expérience sociale virtuelle vers le réel. Le phénomène inverse est également présent: la création et l'usage même du cyberspace et d'Internet sont le reflet des besoins auxquels nous souhaitons répondre à travers les possibilités qu'offre ce milieu.

La couche sociale est divisée en deux sous-composantes: la composante individuelle et la composante collective. La

composante individuelle représente, isolément, chaque utilisateur prenant part au cyberspace. Dans l'ancrage réel, celui-ci peut prendre l'appellation, notamment, de joueur, de youtubeur, de blogueur, de pirate informatique (*hacker*), d'internaute, tout cela en fonction du contexte et de l'usage précis que fait l'utilisateur du cyberspace. À travers son reflet dans le monde virtuel, l'utilisateur est représenté sous la forme d'un *avatar*. Ce terme renvoie aujourd'hui souvent à une photo ou à un personnage numérique utilisé dans différents services tels que les médias sociaux, les plateformes de jeux multijoueurs, les forums en ligne et l'assistanat virtuel¹³. De plus, l'avatar est la plupart du temps associé avec un profil généré par l'utilisateur qui, souvent, reflète une image différente ou idéalisée de lui-même (Turkle, 2012, p. 153).

La présence en ligne passe par [...] une forme de monstration – naturaliste ou idéalisée – du corps de l'usager. En mettant en scène son corps, un usager arrive à être «téléprésent» dans un échange en ligne et peut interagir avec les autres par l'entremise d'un personnage qui est son représentant à l'écran [...] Une incarnation faite de pixels, si l'on veut, derrière laquelle un acteur social cherche à exprimer ses exigences, ses goûts, ses dispositions (Casilli, 2012, p. 16).

Le cyberspace, par sa nature même, change les comportements individuels des utilisateurs, qui constituent la première sous-composante de la couche. Les collectivités, qui sont associées à la seconde sous-composante de la couche sociale, sont également bien présentes dans le cyberspace. Selon les contextes, on peut parler des sociétés, des gouvernements, des entreprises, de groupes sociaux et de tout autre type de regroupement. Souvent, certaines collectivités transposent leurs activités dans le

cyberespace de façon à profiter des possibilités offertes par le milieu. Le commerce en ligne et la gouvernance électronique sont des exemples de l'utilisation du cyberespace comme moyen. Aussi, les collectivités sont responsables de générer les politiques, les institutions, les lois et les normes qui influencent les relations sociales dans le cyberespace.

Les représentations du cyberespace, produits de l'esprit humain renforcé collectivement et décrites dans la première section du présent chapitre, sont des exemples de comment la dimension sociale influence ce qui est fait dans le cyberespace. L'approche cyberlibertarienne et l'idée de liberté apportée par un monde virtuel à part (produit de la composante collective) continuent d'animer nombre de cyberactivistes (*hacktivists*) (composante individuelle) qui combattent toute tentative d'entraver la libre circulation de l'information sur Internet (Douzet, 2014, p. 8).

Les couches inférieures sont également fortement marquées par la composante collective. Par exemple, les collectivités sont responsables d'imposer des normes en matière de cybercriminalité, notamment avec la Convention de Budapest sur la cybercriminalité, qui a pour objectif de contraindre l'usage que les utilisateurs, première sous-composante de la couche sociale, font du cyberespace (Hopkins, 2003). Les collectivités sont aussi responsables de la mise en place de réglementations au niveau de la couche matérielle et logicielle, comme les normes ISO (International Standards Organization) en matière de techniques de sécurité des technologies de l'information (Lazarte, 2012). La fonction cognitive de la couche informationnelle naît de son interaction avec la couche sociale. L'interaction entre la couche sociale et informationnelle détermine en quelles langues sont disponibles les contenus dans certaines régions de la planète, d'où partent les révoltes sur les médias sociaux ou pourquoi les campagnes de

désinformation contre un gouvernement ou une institution émergent (Douzet, 2014, p. 7).

Finalement, l'innovation dans le cyberspace est d'abord le produit de la couche sociale. Une entreprise comme Google s'affaire à développer des initiatives à travers chacune des couches du cyberspace. La création et la commercialisation du nouveau téléphone intelligent Pixel concernent la sous-composante matérielle de la couche physique. Le projet Loon, qui permet de relayer une connexion Internet dans des régions moins connectées en envoyant des montgolfières dans l'espace aérien (Project Loon, 2017) concerne la sous-composante réticulaire de la couche physique. Le moteur de recherche Google, le système d'exploitation Android, le service de messagerie Gmail, le fureteur Google Chrome ne représentent qu'un échantillon des initiatives de l'entreprise concernant la couche logicielle. Ensuite, en collaboration avec Verily, l'Université de Duke et l'Université Stanford, Google prend part au projet Baseline, qui vise à collecter des données de santé de 10 000 volontaires afin de créer une immense base de données afin de «cartographier la santé humaine» (Project Baseline, 2017). Ce projet ne fait que s'ajouter aux autres données que l'entreprise capte et entrepose dans ses centres de données aux quatre coins de la planète, contribuant ainsi au volume grandissant de la couche informationnelle.

3.2.5 / **Synthèse**

En somme, le cyberspace s'avère être un lieu social médié par les technologies de l'information. L'existence de ce lieu est permise par l'interaction des différentes couches qui l'érige. L'interaction entre les différentes couches peut être résumée ainsi: la couche matérielle permet la distribution des données de la couche informationnelle au moyen des fonctionnalités de la couche logicielle, et ce, en fonction des

besoins des utilisateurs et des collectivités, soit la couche sociale.

Le cyberspace serait donc tout cela à la fois: un ensemble de réseaux interconnectés d'ordinateurs - qui englobe de plus en plus d'objets mobiles et de matériel informatique (téléphones, tablettes, réfrigérateurs, bracelets, chaussures de sport, etc.) -, de logiciels et d'applications qui offrent des fonctionnalités de plus en plus avancées, de réseaux humains qui créent et utilisent du contenu et des flux de données. C'est également un espace d'information et d'échanges déterritorialisés, constitué d'une infrastructure matérielle installée sur le territoire physique - voire dans l'espace extra-atmosphérique - et qui fait l'objet de représentations imagées facilitant la compréhension de cet espace, mais qui en retour le structure. Selon qui l'utilise et pourquoi, le terme *cyberspace* peut renvoyer à une infrastructure physique ou à des imaginaires complètement différents.

Conclusion

De tous les chapitres de cet ouvrage, celui-ci est certainement le plus théorique. En effet, nous avons pour objectif de fournir un cadre d'analyse qui, au fil des chapitres, s'opérationnalisera davantage.

Dans la première section, ce détour théorique et conceptuel nous a permis d'explorer les représentations du cyberspace et les effets qu'elles peuvent avoir sur nos perceptions, ainsi que le rapport qu'entretient le cyberspace avec le réel. Les représentations sont toutefois imparfaites; elles sont un ensemble d'idées qui expriment une réalité approximative. Néanmoins, il est nécessaire de considérer ces représentations dans l'analyse des phénomènes cyber, puisqu'elles «sous-tendent des

discours, justifient des actions, fédèrent ou au contraire divisent les acteurs du conflit» (Desforges, 2014, p. 68).

Dans la deuxième section, nous avons présenté un modèle permettant l'analyse de phénomènes pertinents pour les sciences sociales. Toutes les couches, leurs fonctions et les différentes entités qui les abordent sont pertinentes pour les sciences sociales, mais, bien entendu, à des degrés différents et dans des modalités différentes. À titre d'exemple, la compréhension des enjeux liés à la cybersécurité doit être abordée à travers chacune de ces couches: de la destruction des composantes de la couche physique, au fait de compromettre des éléments des logiciels, à l'altération ou au vol d'informations financières, en passant par la malveillance de certains individus dans le cyberspace et l'imposition de lois et de normes encadrant les pratiques formulées par les gouvernements et agences internationales. Le modèle proposé a pour objectif de guider l'interprétation et l'analyse des différents phénomènes qui seront soulevés dans cet ouvrage ainsi que de tout autre phénomène de nature cybernétique.

Le phénomène cyber est un champ d'études prolifique pour les sciences sociales. À travers la multitude de phénomènes qui prend place dans le cyberspace, les possibilités pour les sciences sociales et politiques d'étudier les relations entre la couche sociale et les couches inférieures sont grandes. L'évolution constante et rapide du cyberspace nous porte à croire que beaucoup de recherches seront entreprises afin de décomplexifier le cyberspace, entraînant ainsi une meilleure compréhension des phénomènes dotés du préfixe *cyber*.

Bibliographie

- ATZORI, L., A. IERA et G. MORABITO (2010). «The Internet of things: A survey», *Computer Networks*, vol. 54, n° 15, p. 2787-2805.
- BAKIS, H. (2007). «Le “géocyberespace” revisité: usages et perspectives», *Netcom: réseaux, communication et territoires*, vol. 21, n°^{OS} 3-4, p. 285-296.
- BARLOW, J.P. (1996). «A declaration of the independence of cyberspace», *Electronic Frontier Foundation*, <<https://www EFF.org/cyberspace-independence>>, consulté le 15 août 2017.
- BARRETT, N. (1997). *The State of the Cybernation: The Future of the Internet*, Londres, Kogan Page.
- BLAVIN, J.H. et L.G. COHEN (2002). «Gore, Gibson, and Goldsmith: The evolution of Internet metaphors in law and commentary», *Harvard Journal of Law & Technology*, vol. 16, n° 1, p. 265-285.
- CASILLI, A.A. (2012). «Être présent en ligne? Culture et structure des réseaux sociaux d’Internet», *Idées économiques et sociales*, vol. 3, n° 169, p. 16-29.
- CHOUCRI, N. (2012). *Cyberpolitics in International Relations*, Cambridge, The MIT Press.
- CLARK, D. (2010). «Characterizing cyberspace: Past, present and future», *MIT Computer Science and Artificial Intelligence Laboratory*, <https://projects.csail.mit.edu/ecir/wiki/images/7/77/Clark_Characterizing_cyberspace_1-2r.pdf>, consulté le 15 août 2017.
- DESFORGES, A. (2014). «Les représentations du cyberespace: un outil géopolitique», *Hérodote*, vol. 1, n°^{OS} 152-153, p. 67-81.
- DESFORGES, A. et E. DÉTERVILLE (2014). «Lexique sur le cyberespace», *Hérodote*, vol. 1, n°^{OS} 152-153, p. 22-25.
- DOSSE, S., O. KEMPF et C. MALIS (2013). *Le cyberespace: nouveau domaine de la pensée stratégique*, Paris, Economica.
- DOUZET, F. (2014). «La géopolitique pour comprendre le cyberespace», *Hérodote*, vol. 1, n°^{OS} 152-153, p. 3-21.
- EDIAS SOFTWARE INTERNATIONAL, L.L.C. et al. V. BASIS INTERNATIONAL LTD. (1996). 946 F. Supp 413.
- FIORINA, J.F. (2012). «Extension du cyberespace Une grille d’analyse géopolitique», *CLES – Comprendre les enjeux stratégiques*, École supérieure

de commerce de Grenoble, n° 54, <<http://notes-geopolitiques.com/extension-du-cyberespace-une-grille-danalyse-geopolitique/>>, consulté le 15 août 2017.

GARON, J.M. (1999). «Media and monopoly in the information age: Slowing the convergence at the marketplace of ideas», *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, vol. 17, n° 3, p. 491-691.

GIBSON, W. (1986). *Neuromancien*, New York, Ace.

GOLDSMITH, J. (1997). «Regulation of the Internet: Three persistent fallacies», *Chicago-Kent Law Review*, vol. 73, n° 4, p. 1119-1131.

GRAHAM, G. (1999). *The Internet: A Philosophical Inquiry*, 1^{re} édition, New York, Routledge.

HAMEL, A. (2013). «La place de l'être humain dans le cyberspace», *Chaire de cyberdéfense et cybersécurité*, vol. 2, n° 2, p. 1-4.

HANSMANN, U. et al. (2001). *Pervasive Computing*, New York, Springer.

HARKNETT, R.J. (2011). «Thinking about how to think about cybersecurity», Karlsruhe Institute of Technology, <<https://publikationen.bibliothek.kit.edu/1000029371>>, consulté le 15 août 2017.

HOPKINS, S.L. (2003). «Cybercrime convention: A positive beginning to a long road ahead», *Journal of High Technology Law*, vol. 2, n° 1, p. 101-122.

HUNTER, D. (2003). «Cyberspace as place and the tragedy of the digital anticommons», *California Law Review*, vol. 91, n° 2, p. 439-519.

JOHNSON-LAIRD, A. (1997). «The anatomy of the Internet meets the body of the law», *University of Dayton Law Review*, vol. 22, n° 3, <<https://cyber.harvard.edu/ilaw/Contract/johnson-laird.html>>, consulté le 15 août 2017.

JOSSET, R. (2011). «Inconscient collectif et noosphère du monde imaginaire au village global», *Sociétés*, vol. 1, n° 111, p. 35-48.

KONGTHON, A., C. SANGKEETTRAKARN, S. KONGYOUNG et C. HARUECHAIYASAK (2009). «Implementing an online help desk system based on conversational agent», *Proceedings of the International Conference on Management of Emergent Digital EcoSystems*, n° 69, p. 450-451.

- LAU, K.J. (2010). «The political lives of avatars: Play and democracy in virtual worlds», *Western Folklore*, vol. 69, n^{os} 3-4, p. 369-394.
- LAZARTE, M. (2012). «Êtes-vous en sécurité sur le net? Nouvelle norme ISO sur la cybersécurité», *ISO*, <<http://www.iso.org/cms/render/live/fr/sites/isoorg/contents/news/2012/10/Ref1667.html>>, consulté le 15 août 2017.
- LEMLEY, M.A. (2003). «Place and cyberspace», *California Law Review*, vol. 91, n^o 2, p. 521-542.
- LESSIG, L. (2006). *Code: Version 2.0*, New York, Basic Books.
- LOISEAU, H. (2016). «L'humain, grand oublié du phénomène cyber? Pistes de réflexion pour la cybersécurité», dans R. Garon, *Penser la guerre au futur*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 249-264.
- LOUIS-SIDNEY, B. (2012). «La dimension juridique du cyberespace», *Revue internationale et stratégique*, vol. 87, n^o 3, p. 73-82.
- O'REILLY, T. (2007). «What is web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software», *Communications & Strategies*, n^o 65, p. 17-37.
- PARROCHIA, D. (2007). «L'Internet et ses représentations», *Rue Descartes*, vol. 55, n^o 1, p. 10-20.
- PROJECT BASELINE (2017). *Project Baseline*, <<https://www.projectbaseline.com/>>, consulté le 15 août 2017.
- PROJECT LOON (2017). *Project Loon*, <<https://x.company/loon/>>, consulté le 15 août 2017.
- RAOUL, B., Z. BENRAHHAL et T. GUIGNARD (2004). «Le cybercentre comme lieu: un "espace public" à l'épreuve des pratiques d'utilisateurs», *Réseaux*, vol. 5, n^{os} 127-128, p. 297-325.
- SCHERRER, I. (2005). «Internet, un réseau sans frontière? Le cas de la frontière franco-belge», *Annales de géographie*, vol. 5, n^o 645, p. 471-495.
- TURKLE, S. (2012). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, New York, Basic Books.
- YEN, A.C. (2002). «Western frontier or feudal society? Metaphors and perceptions of cyberspace», *Berkeley Technology Law Journal*, vol. 17, n^o 4, p.

[1](#) Souvent, dans la littérature anglophone, c'est le terme *metaphors* qui est utilisé pour désigner la manière dont on peut imaginer le cyberspace. Dans ce chapitre, nous considérons les termes *représentations* et *métaphores* comme interchangeables.

[2](#) Parmi celles-ci, on note la proposition de comparer Internet à des conduits comme des autoroutes ou des systèmes téléphoniques (*Edias Software International, L.L.C. et al. v. Basis International Ltd.*, 1996; Blavin et Cohen, 2002, p. 269). Également, il y a la métaphore d'Internet comme «portail» vers de nouveaux marchés (Garon, 1999). Finalement, ajoutons à notre courte liste de métaphores celle qui présente un rapprochement entre le cyberspace et l'idée d'une machine à copier planétaire (*global copying machine*) (Johnson-Laird, 1997).

[3](#) Notez ici le champ lexical utilisé par Barlow, membre fondateur de l'Electronic Frontier Foundation (EFF). Beaucoup de termes ont une référence spatiale, tels que *home*, *precincts*, *world*, mais l'auteur concilie ceux-ci à des termes comme *mind*, *no bodies*, qui évoquent ainsi le caractère à la fois spatial et éthéré attribué au cyberspace et qui fait écho aux idées héritées de Gibson.

[4](#) Le mot *maliciel* est le résultat de la troncation et de la jonction des termes *logiciel* et *malveillant*. Il est l'équivalent du mot *malware* utilisé en anglais. Un très grand nombre de logiciels malveillants existent, notamment le ver informatique, le virus et le cheval de Troie. Ils ont pour but d'infiltrer un ordinateur ou un réseau afin d'entraver son bon fonctionnement ou d'en prendre le contrôle (Desforges et Déterville, 2014, p. 24).

[5](#) L'Internet des objets est une approche du cyberspace qui gagne rapidement en popularité en raison du développement moderne des télécommunications sans fil. L'idée fondamentale de ce concept, qui semble s'imposer comme vision du Web 3.0, est l'omniprésence d'une variété d'objets qui, grâce à des systèmes d'adressage unique, sont en mesure d'interagir les uns avec les autres afin d'atteindre des objectifs. Dans ce contexte, la domotique, la vie assistée et la cybersanté ne sont que quelques exemples de scénarios d'application possibles dans lesquels

le nouveau paradigme pourrait jouer un rôle de premier plan. De même, ses conséquences seront également visibles dans des domaines tels que l'automatisation et la fabrication industrielle, la logistique, la gestion des affaires et le transport intelligent de personnes et de biens (Atzori, Iera et Morabito, 2010, p. 2787).

6 Le tableau est inspiré du cours: «Cyberpolitics in International Relations: Theory, Methods, Policy» de David D. Clark, <<https://ocw.mit.edu/courses/political-science/17-447-cyberpolitics-in-international-relations-theory-methods-policy-fall-2011/index.htm>> (consulté le 15 août 2017).

7 Ici, nous faisons référence à tout dispositif permettant la connexion à un réseau.

8 À l'inverse, une page Web statique présente un contenu qui est *a priori* identique lors de chaque consultation (à moins d'une mise à jour manuelle de la part du créateur de la page) et ne procure pas de fonctionnalités liées à ce qui est offert grâce à l'utilisation de bases de données, comme les moteurs de recherche intégrés à des sites de nouvelles journalistiques ou l'interactivité avec le contenu des pages de l'encyclopédie en ligne *Wikipédia*.

9 Le terme *Web 1.0* est un rétronyme, c'est-à-dire un mot nouveau créé pour désigner un vieil objet ou concept. Il est associé à la première phase du développement du Web.

10 Technique utilisée dans le but de tromper des individus afin de leur soutirer des renseignements personnels et financiers de nature confidentielle. Typiquement, les fraudeurs envoient à une grande quantité d'individus un message semblant émaner d'un individu ou d'une entreprise tierce digne de confiance afin que les destinataires leur partagent certains types d'information permettant au fraudeur d'obtenir une fausse identité ou encore de vider le compte bancaire des victimes (Desforges et Déterville, 2014, p. 24).

11 Attaques cybernétiques qui consistent à rendre indisponible un système d'information et à empêcher les utilisateurs légitimes d'un service de l'utiliser. L'attaque consiste à cibler un serveur ou une adresse courriel, par exemple, et à l'inonder de requêtes, ce qui entraîne une perturbation du service, une obstruction d'accès aux autres utilisateurs jusqu'au blocage du

service. Selon l'ampleur de ce type d'attaque, elle peut être provoquée à partir d'un seul poste d'ordinateur ou encore en mettant en œuvre un réseau d'ordinateurs «zombies» pris en main à l'insu des utilisateurs à travers un *botnet* (Desforges et Déterville, 2014, p. 22).

12 Les métadonnées représentent les données servant à définir ou décrire une autre donnée, quel que soit son support (dans ce cas-ci, électronique). En d'autres mots, ce sont les informations à propos des sources qui nous intéressent. Un exemple type est d'associer à une donnée la date à laquelle elle a été produite ou enregistrée, ou à une photo les coordonnées GPS du lieu où elle a été prise.

13 Incarnation virtuelle d'une personne dotée d'intelligence artificielle. Ces types d'avatars sont en fait des formes de bots informatiques qui assurent le service à la clientèle automatisé de compagnies en ligne. Leur utilisation est perçue comme une solution rentable permettant de réduire les coûts d'exploitation et de formation (Kongthon *et al.*, 2009, p. 450). Ces types d'avatars, en soi, n'appartiennent pas à la couche sociale; ils sont plutôt une innovation de la couche sociale (les entreprises qui appartiennent à la sous-composante collective), innovation qui s'inscrit dans la couche logicielle du cyberspace.

CHAPITRE 4 /

La nature du terrain en sciences sociales

Une cartographie du cyberspace est-elle possible?

Elena Waldispuehl

Y a-t-il véritablement une e-révolution dans les structures politiques et sociales avec la croissance constante du cyberspace? S'il est encore trop tôt pour affirmer l'émergence d'une humanité postnumérique, nous pouvons néanmoins admettre que le cyberspace influence nos pratiques en vertu d'un virage cybernétique et numérique observable à plusieurs échelles. Cette influence sur les pratiques quotidiennes est analogue aux bouleversements qu'a produits l'invention technologique du téléphone sur l'organisation sociale et les moyens de communication. La démocratisation d'Internet a des effets considérables et déterminants sur plusieurs dimensions, que ce soit sur le plan de la sexualité, des relations sociales, du milieu du travail, des rapports marchands, de l'éducation, des arts, etc. Et qu'en est-il pour la recherche en sciences sociales et politiques? Bien que l'envergure conférée à Internet fasse consensus, des doutes demeurent dans la littérature quant aux effets du cyberspace sur les méthodes de recherche. Si le sens commun définit le cyberspace comme un phénomène analogue à celui d'Internet, les milieux universitaires en proposent, quant à eux, une définition plus opérationnelle (Desforges, 2014). Le cyberspace est désigné tour à tour comme un environnement (Harknett *et al.*, 2010), un domaine (Carr, 2011), un théâtre d'opérations, un espace

(Kempf, 2012), un substrat (Demchak, 2012) ou un médium (Libicki, 2012).

L'inexorable expansion du cyberspace transforme *a priori* les structures et les pratiques sociales et politiques, et ce, sur les sous-composantes autant individuelles que collectives, comme l'illustre notre typologie des différentes couches du cyberspace (voir le [chapitre 3](#) du présent ouvrage). Cette expansion génère ensuite de nouvelles préoccupations pour la communauté scientifique. Le Web 2.0¹ bouleverse les champs de la recherche et remet en question nombre de postulats quant aux méthodes les souscrivant. Autrement dit, le cyberspace a non seulement changé la nature des relations sociales et les pratiques scientifiques et pédagogiques, mais a aussi entraîné une adaptation majeure des méthodes de recherche des sciences sociales. Dans cette ère numérique, il importe de réfléchir à la nature même du terrain en sciences sociales et politiques et aux moyens d'appréhender le cyberspace en tant que terrain à la fois dématérialisé et mouvant. Considérant le rythme effréné de la création du contenu informationnel, de la mise à jour des logiciels et des innovations technologiques, la réponse scientifique semble se faire attendre alors que paradoxalement, le cyberspace ne cesse de redéfinir les rapports de pouvoir et les rapports sociaux. Que ce soit la stratégie de recherche, les instruments de collecte de l'information ou la méthode elle-même, le cyberspace en tant que terrain d'investigation et objet suscite indubitablement une adaptation des pratiques déjà existantes. Bien que le cyberspace se présente comme un champ fécond de recherche, les chercheurs en sciences sociales et politiques commencent seulement à étudier les méthodes leur permettant d'appréhender le réel des relations sociales virtuelles, qui sont seulement observables dans cet espace ou à travers cet espace. Cette problématique laisse perplexes nombre de disciplines, qui semblent incapables de bien encadrer la notion de «terrain virtuel». L'un des objectifs

de ce chapitre est d'effectuer une cartographie exploratoire du cyberspace en tant que terrain en soi et objet de recherche. Nous montrerons comment une recherche en sciences sociales et en science politique peut être opérationnalisée «sur» le cyberspace, «par» le cyberspace et «dans» le cyberspace. Cette affirmation ne fait cependant pas consensus dans la littérature scientifique.

4.1 / Une carte mentale du cyberspace: le triptyque «*sur, par et dans*»

Le cyberspace peut mieux être compris s'il est interprété par l'intermédiaire d'une carte mentale ou d'une carte heuristique. Ce concept développé par les travaux de Moscovici en psychologie cognitive sert à exprimer une représentation spatiale et visuelle de différentes informations, ou encore à faire une schématisation de la pensée humaine et de l'association des idées. Moscovici définit les représentations mentales des sujets comme

[d]es ensembles dynamiques, des théories ou des sciences collectives destinées à l'interprétation et au façonnement du réel. Elles déterminent des champs de communications possibles, des valeurs, des idées présentes dans les visions partagées par les groupes et règlent par la suite des conduites désirables ou admises (Moscovici, 1976, p. 48).

Cette définition permet de réintroduire l'agentivité des individus dans le rapport «homme-environnement», qui constitue le noyau des représentations de l'imaginaire social, pour surpasser ainsi le caractère trop déterministe de l'approche behavioriste en sciences sociales et politiques. Comme l'affirment Moles et Rohmer (1978, p. 164),

[la] vie quotidienne prend de plus en plus d'importance et devient comme l'interface dominant de l'être avec le réel, le rapport homme-environnement se présente désormais comme le véritable élément microscopique sur lequel se construisent toutes les structures à grande échelle que nous avons à considérer.

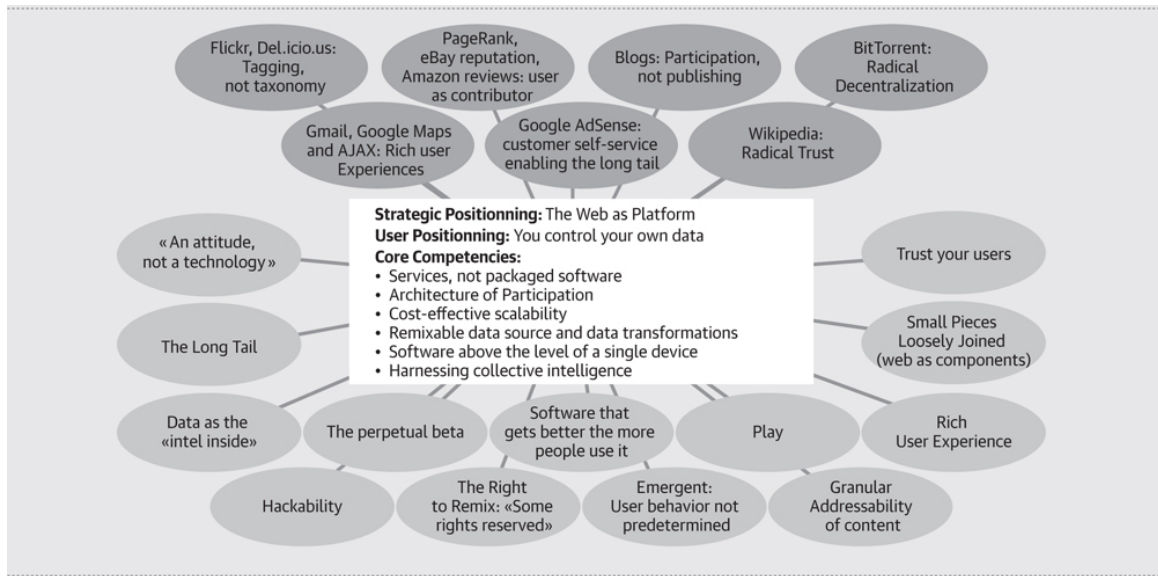
À cela, il faut ensuite ajouter que le phénomène du cyberspace complexifie davantage les rapports au temps, à l'espace ainsi que les rapports sociaux dans leur ensemble en devenant une interface de plus entre l'être et le réel.

Dès lors, la carte mentale peut constituer un outil intéressant pour appréhender l'imaginaire spatial des individus et des collectivités, puisqu'elle repose notamment sur des principes de narration sans pour autant être une «carte dessinée» (Breux, Reuchamps et Loiseau, 2011). La relation entre la perception et l'imagination d'un objet en tant que représentation influence directement ou indirectement les comportements individuels et collectifs, puisque les comportements et les représentations ont une influence mutuelle (Jodelet, 1984; Ramadier, 2003, cité dans Breux, Reuchamps et Loiseau, 2011, p. 11). Autrement dit, la carte mentale permet d'opérer une spatialisation des phénomènes politiques et sociaux à partir des composantes de l'imaginaire collectif ou du «passé social formalisé», selon l'expression de Hobsbawm et Ranger (2012). À titre d'exemple, O'Reilly (2005) propose une configuration du Web 2.0 par l'intermédiaire d'une carte mentale illustrant les différentes représentations et composantes de cette nouvelle phase de maturation de la cybernétique et de la mise en réseaux des informations dans le cyberspace ([figure 4.1](#)).

Ce chapitre tentera d'esquisser une représentation spatiale du cyberspace telle qu'elle est proposée dans la [figure 4.1](#), à partir d'une cartographie permettant de mieux comprendre ses caractéristiques profondes qui modifient le rapport au

terrain de recherche en sciences sociales et politiques. Nous soutenons donc que le triptyque «*sur, par et dans*» permet de rendre plus intelligible la schématisation du cyberspace dans l'environnement de la recherche en sciences sociales et politiques, ainsi que sa positionnalité au travers des différents outils et méthodes de recherche. Premièrement, le cyberspace constitue un nouvel objet à appréhender pour les sciences sociales et politiques, que ce soit le phénomène lui-même ou l'adaptation d'objets «traditionnels» modifiés par les variations du cyberspace (cyberviolence, cyberdépendance, cyberterrorisme, etc.). Les chercheurs en sciences sociales et politiques peuvent donc produire des travaux «sur» le cyberspace. Deuxièmement, le cyberspace peut être interprété comme un outil de recherche pour les chercheurs ainsi que les praticiens des sciences sociales et politiques. Des recherches peuvent alors être réalisées «par» le cyberspace, qui constitue à la fois une technique en elle-même et une technisation d'instrument de collecte de l'information pour appréhender numériquement le réel et le rapport «homme-environnement» dans l'espace du virtuel. Troisièmement, le cyberspace représente en même temps qu'un objet et une technique d'enquête un terrain de recherche. Ainsi, le cyberspace est interprété dans cet ouvrage comme un lieu dématérialisé et numérique où le chercheur en sciences sociales et politiques peut tenter de comprendre, d'expliquer, de mesurer et, même peut-être, de détermine² les rapports sociaux et politiques ainsi que les comportements humains dans leur ensemble.

Figure 4.1 / **Cartographie du Web 2.0**



Source: O'Reilly, 2005.

Pour certains, le cyberspace constitue un objet de recherche porté par l'interconnexion des relations sociales, alors que pour d'autres, il n'est qu'une représentation plus abstraite de l'ordre social préexistant. L'un des principaux intérêts de recherche du cyberspace porte sur la dématérialisation et la reconduite des relations sociales dans un nouvel espace virtuel où «l'ordinateur est l'intermédiaire d'un partage interactif» en temps réel ou dans un temps suspensif (Kendall, 2002). À cet effet, les métaphores appliquées au cyberspace en tant que «nouveau lieu physique» et «distinct» permettent de mieux saisir sa réalité matérielle et immatérielle (Yen, 2002, p. 2010). Or cette circonscription du cyberspace ne fait pas consensus pour ce qui est de la délimitation d'un «nouveau» lieu géographique dématérialisé. Par exemple, Parrochia (2007, p. 14) prétend que cette représentation abstraite d'une humanité interconnectée trouve déjà ses racines en philosophie. Ce dernier considère que, lorsque l'utilisation de la «notion d'espace» est imprécise, «ce qu'on vise n'a pas beaucoup de pertinence et n'a pas de raison d'être un "objet"».

Nous croyons néanmoins que le cyberspace constitue un objet de recherche effectif et fécond pour de nouvelles recherches en sciences sociales *sur* cet espace, et aussi pour appréhender *dans* et *par* ce terrain de nouvelles pratiques sociales, politiques et même économiques avec l'émergence du Bitcoin. Le processus de connectivité inhérent au cyberspace permettrait la formation d'une communauté transnationale en réseau, mais aussi un nouveau rapport au monde. À cet égard, Lévy (2000, p. 174-175) soutient que le cyberspace est le creuset d'une nouvelle conscience abstraite et collective de la réalité matérielle: «Le cyberspace est une sorte d'objectivation ou de simulation de la conscience humaine globale qui affecte réellement cette conscience.» Il ajoute que «[d]ans le cyberspace, l'inconscient collectif devient conscient, c'est-à-dire qu'il s'unit à lui-même, s'interconnecte, se défragmente et se déploie dans la lumière intégrale du monde virtuel».

Pour mieux comprendre les enjeux du cyberspace sur la recherche scientifique et ses méthodes, il est néanmoins nécessaire de définir les débats en sciences sociales et leurs conséquences pour l'appréhension du cyberspace en tant que phénomène, terrain d'investigation et instrument de recherche. En ce sens, les sciences sociales sont traversées par de nombreuses approches méthodologiques et théoriques dans une dynamique parfois conflictuelle selon le positionnement ontologique et épistémologique quant à l'interprétation du réel et de la manière de l'appréhender. Les principaux débats en sciences sociales sont survenus en marge de la révolution scientifique induite par la montée du behaviorisme (Munck, 2007) au moment où Kuhn (1972) affirmait que la science elle-même est un phénomène social, et que l'évolution de la science est le produit d'affrontements entre les paradigmes scientifiques comme force hégémonique. Comme le rappelle Pires (1997, p. 4), «[l]es sciences sociales sont un produit du monde moderne et leur développement s'inscrit dans le cadre d'un processus évolutif

de spécialisation et d'autonomisation du savoir occidental». L'une des principales causes de conflit entre les paradigmes en sciences sociales se situe sur le plan de la subjectivation (ou non) du rapport entre les chercheurs et les sujets lors du processus de recherche sur le terrain et de la nature dudit terrain de recherche. Puisqu'il est essentiel d'analyser le discours scientifique pour comprendre les «fondements du savoir» en tant que condition «préliminaire et nécessaire» à la recherche en sciences sociales (Della Porta et Keating, 2008, p. 20), ce chapitre permettra de mieux comprendre méthodologiquement et techniquement la nature du terrain en science politique et en sciences sociales ainsi que ses variations dans le cyberspace. Ce chapitre propose une transformation des outils et des concepts utilisés en recherche sociale afin d'articuler le cyberspace comme un outil d'enquête et d'analyse en soi. D'ailleurs, nous soulignons une importante lacune dans la littérature scientifique, à savoir l'absence d'une définition claire de la notion de «terrain» en sciences sociales, alors que nous soutenons que le cyberspace doit être interprété comme un terrain de recherche. La pertinence de cette réflexion repose sur l'incapacité des méthodes traditionnelles de recherche à comprendre et analyser le cyberspace comme un objet de recherche, mais aussi sur le fait qu'il semble nécessaire de circonscrire correctement le phénomène social et politique du cyberspace.

Partant du rôle incontournable de l'observation comme point d'origine de toute connaissance, le terrain d'investigation sera traité dans ce chapitre selon le binôme observation/terrain comme mode de production de nouveaux savoirs où la méthode est le moyen de distinguer les types de savoirs entre le profane et le scientifique. Mais quel est le champ d'exercice du terrain en sciences sociales et politiques, et quelle est sa nature? Le terrain du cyberspace est-il le même que celui propre à l'espace matériel et circonscrit dans une temporalité définie, ou engendre-t-il

plutôt de nouvelles dynamiques, pratiques et enjeux méthodologiques et éthiques pour la recherche en sciences sociales et en science politique? Pour répondre à ces questions, le chapitre se décline en différentes sections portant sur le conflit des méthodes et les matériaux du terrain, la définition plurielle du «terrain», la visée objective du terrain et ses limites subjectives réelles, la dialectique du terrain intelligible entre l'espace et le temps, la définition de la méthode pour appréhender le cyberspace et la perspective d'un changement de paradigme et, finalement, propose une réflexion sur les pratiques de recherche dans le cyberspace et les méthodes les circonscrivant.

4.2 / Le conflit des méthodes et les matériaux du terrain

Se distanciant du copier-coller de la méthode positiviste inspirée des sciences de la nature, le constructivisme a introduit le terrain comme une étape incontournable du processus de recherche en sciences sociales, et plus particulièrement pour les méthodes qualitatives. Partant de preuves empiriques, les méthodes qualitatives se définissent comme une «démarche discursive de reformulation, d'explicitation ou de théorisation d'un témoignage, d'une expérience ou d'un phénomène» sous la logique «de la découverte et de la construction de sens» (Paillé et Mucchielli, 2005, p. 5). L'objectif de ce type de méthode d'enquête devient donc de reconstituer les phénomènes observés afin de leur octroyer une validité autre que généralisable à l'ensemble des cas particuliers en développant de nouvelles échelles d'observation (mésos et micros). Cela permet une plus grande intégration de la diversité des mécanismes en ne se circonscrivant plus seulement à la représentativité macrosociologique (Alami, Desjeux et Garabua-Moussaoui, 2013). Or il est aussi admis qu'une étude qualitative puisse présenter une posture

ontologique et épistémologique positiviste pour expliquer les effets d'une cause (Goertz et Mahoney, 2012). La nature du terrain ne fait pas exception au conflit des méthodes, dont sont encore tributaires les sciences sociales. Les données du terrain permettent de généraliser les résultats de cas observés à l'ensemble des travaux (visée nomothétique) ou d'approfondir les connaissances autour d'un phénomène afin d'en assurer la fiabilité et la certitude (visée idiosyncrasique). Or il semble que le terrain s'adapte mieux à une approche empirico-inductive «où les faits empiriques constituant l'objet étudié sont mis en lumière par les propos en situation des acteurs, alimentant et donnant relief à l'explication sociologique définie par cette étude» (Dufour, Fortin et Hamel, 1991, p. 43). L'objet des sciences sociales et politiques n'est pas «de purs faits, des choses, mais d'emblée une expérience recélant des significations et des symboles intervenant dans les interactions des acteurs sociaux et définissant leur point de vue sur celles-ci» (Dufour, Fortin et Hamel, 1991, p. 43). L'enquête sur le terrain est un processus itératif et rétroactif en étant le lieu d'un va-et-vient incessant entre le réel à appréhender et les connaissances déjà construites dans la littérature.

La caractéristique principale des méthodes qualitatives dans leur opposition dichotomique aux méthodes quantitatives est le recours systématique au terrain, dont le contact nourrit la recherche. Cela s'explique par une insatisfaction à l'égard des limites des méthodes expérimentales et de l'épistémologie positiviste «comme fondement de la connaissance du réel» (Deslauriers et Kérisit, 1997, p. 105). Le but n'est pas que les méthodes qualitatives se substituent aux méthodes quantitatives selon une orthodoxie méthodologique, mais qu'elles soient utilisées en parallèle, voire de manière complémentaire ou antérieure. Aucune méthode n'est une panacée du savoir scientifique puisque «la recherche en science sociale a été trop longtemps dominée par le courant quantitatif pour penser

qu'il suffit de prendre le contre-pied pour rétablir l'équilibre» (Deslauriers, 1998, p. 4). Le caractère *in situ* de l'enquête de terrain renvoie à l'importance de comprendre un phénomène par l'entremise du contexte et du milieu desquels il émerge.

Partant du fait que l'observation est la méthode la plus utilisée – et *in fine* la plus floue quant à son usage –, Peretz (1998) propose quatre usages différents de l'observation en sciences sociales: 1) l'observation documentaire comme instrument de collecte de l'information; 2) l'observation comme préenquête pour se familiariser avec l'objet sans participer activement à la vie du milieu étudié; 3) l'observation de terrain comme pratique ethnologique en tant que travail de terrain systématique et prolongé au sein d'un groupe social; 4) l'observation directe non participante comme stratégie d'appréhension du réel sans dessein de modification de la situation sociale observée – même si la présence et la posture du chercheur sont déjà une forme de subjectivation et de changement social. Ce quatrième usage de l'observation est inspiré des méthodes des sciences naturelles, où il importe de ne pas modifier le réel. Partant du large continuum épistémologique des recherches qualitatives allant de «l'empirisme au constructivisme le plus absolu» (Laperrière, 1997, p. 367), l'approche *in situ* engendre sans équivoque certaines dynamiques de subjectivation où le chercheur doit admettre ses propres biais dans sa manière d'observer les faits sociaux. Or ignorer cet aspect ou cette configuration du savoir construit porte atteinte au degré d'objectivité.

L'enquête de terrain permet d'appréhender «des révélations de sujets humains pour comprendre un fait, une situation, un comportement» (Létourneau, 2006, p. 15). L'observation devient une pratique, «une aventure, un savoir-faire et en même temps une pratique professionnelle» (Peneff, 2009, p. 15). Comme l'a souligné Junker Buford (1960, cité dans Champoulie, 1996), l'observation comme pratique devient un apprentissage des règles, des attitudes,

des expressions du milieu observé. C'est un processus englobant et ses répercussions sur le chercheur vis-à-vis son sujet peuvent aller au-delà des éléments propres à la recherche en affectant son identité, ses valeurs et son interprétation du monde. Cela est d'autant plus vrai si le terrain est étranger ou éloigné de leur réalité quotidienne. La première discipline à développer une méthode d'observation *in situ* est l'anthropologie, et plus concrètement l'ethnographie, pendant la période coloniale. Cela met notamment en exergue l'ethnocentrisme occidental dans la production des connaissances empiriques. Cette méthode se développe avec les travaux de Malinowski sur les peuples des îles Trobriand au XX^e siècle (Linstroth, 2008). Malinowski marque une rupture avec les anciennes pratiques de l'ethnographie en effectuant lui-même la collecte des informations pour ne plus se fier uniquement aux données de tiers (Leservoisier, 2005). Depuis, l'ethnologue fait partie intégrante du quotidien partagé avec les sujets observés sous une nouvelle organisation sociale et hiérarchique pour «saisir le point de vue de l'indigène» et «comprendre sa vision du monde» (Copans, 2011, p. 81, cité dans Leservoisier, 2005).

Le but de cette méthode est «de déchiffrer la culture et les routines sociales des communautés sur lesquelles on ne possédait pas de connaissances systématiques» (Laperrière, 2009, p. 311). Ensuite, l'observation directe est utilisée pour étudier les communautés rurales, puis urbaines avec l'avènement de la révolution industrielle (Laperrière, 2009). Les villes deviennent de véritables laboratoires permettant aux sociologues de l'École de Chicago d'étudier les phénomènes sociaux par une induction analytique faisant en sorte que «les hypothèses de travail déterminant l'étude monographique peuvent, de proche en proche, être suscitées et vérifiées par les matériaux empiriques recueillis sur le terrain» (Dufour, Fortin et Hamel, 1991, p. 43). Cette perspective de contact direct avec les groupes sociaux

observés fait en sorte que l'École de Chicago est à l'origine de nombreux travaux au courant des années 1920 sur des objets liés aux problèmes sociaux inhérents à la pauvreté, à l'urbanisme et à l'exode (Deslauriers et Kérisit, 1997). L'École de Chicago développe sa méthode monographique, qui regroupe sous «l'observation» un ensemble de «démarches impliquant la confrontation de données issues» de multiples instruments de collecte de l'information allant de l'entrevue semi-dirigée à l'observation directe non participante (Laperrière, 2009, p. 312). Selon Becker (1986, p. 106, cité dans Dufour, Fortin et Hamel, 1991, p. 43), cette méthode a pour finalité de «comprendre la conduite d'un individu» puisqu'on ne peut pas «comprendre les effets du champ des possibilités, des sous-cultures de la délinquance, des normes sociales et d'autres explications de comportement communément invoquées, qu'en les considérant du point de vue de l'acteur». L'approche inductive et empirique de l'École de Chicago domine les courants méthodologiques en sociologie jusqu'aux années 1930 sans pour autant écarter les méthodes quantitatives de l'enquête de terrain.

Toutefois, le manque de cadre théorique a passablement nui aux ambitions de l'École de Chicago, ce qui contribua d'ailleurs au conflit des méthodes en sciences sociales. La discipline sociologique aux États-Unis fut profondément divisée par le conflit opposant les membres de l'École de Chicago au corps enseignant de l'Université Columbia pour des raisons autant méthodologiques que politiques quant à la définition de l'étude sociologique. D'une part, ce conflit trouve ses origines dans une opposition de méthode où la méthode monographique est jugée trop peu scientifique selon les normes positivistes. D'autre part, ce conflit méthodologique se transpose en lutte politique pour le contrôle des moyens financiers et des médias susceptibles de leur assurer une position hégémonique (Dufour, Fortin et Hamel, 1991, p. 48). Dès lors, le conflit est inévitable et engage un processus de théorisation sociologique pour des

lois générales et des régularités dans le réel. En effet, les principes de la scientificité s'opposent aux significations données par les sujets quant à leur propre vie en catégorisant ces matériaux comme des éléments du sens commun. Ce savoir profane devient donc contraire à la méthode scientifique dans un contexte d'émergence et de développement du structuralisme en sciences sociales, qui se caractérise par un rejet des présuppositions empiristes notamment. Depuis, les fausses vérités compromettant la valeur et la rigueur des matériaux du terrain ne sont plus considérées, bien que persistent tout de même certains biais. Dans le contexte pluraliste des sciences sociales, les débats se transportent aujourd'hui sur la manière d'intégrer la notion de «terrain» dans les méthodes d'investigation. S'il faut reconnaître les limites du terrain, il ne faut point perdre de vue que le terrain se décline comme «un réservoir de données, mais aussi comme une source de questions nouvelles» (Deslauriers et Kérisit, 1997, p. 106). Ainsi, le courant contemporain de la recherche qualitative renoue avec cette tradition de systématisation du terrain de recherche.

4.3 / Une définition plurielle de la notion de «terrain de recherche»

Le *terrain* se définit par ses composantes: la recherche *in situ*, les notes de terrain et le journal de bord, les données issues du terrain et le travail de terrain. La *recherche sur le terrain* est un concept en constante évolution impliquant «des perspectives innombrables» sur la «manière de la conduire» et «la façon de la situer» (Leservoisier, 2005, p. 5). Il importe de réfléchir à la notion de «terrain» au sens large et de reconnaître son usage en tant que tout. La méthodologie d'une telle méthode se distingue d'une discipline en raison de leurs objets, bien qu'il faille se distancier des particularités disciplinaires en adoptant une

épistémologie interdisciplinaire lors de l'entrée sur le terrain pour répondre aux impératifs pratiques (Linstroth, 2008).

Comme le soulignent Jaccoud et Mayer (1997, p. 224), les «considérations théoriques, sociales et pratiques» déterminent également «le choix du site ou de la situation à étudier». Le choix du lieu spatial et physique qu'est le terrain est donc déterminé par le cadre théorique et ses pratiques inhérentes. Puis, la problématisation du terrain permet de choisir plus judicieusement la stratégie de recherche en accord avec la littérature scientifique. L'observation en situation demeure toutefois davantage une approche de recherche qu'une simple méthode. Certes, la critique la plus commune contre l'observation *in situ* est son manque de scientificité. Si cette méthode reste subjective à certains égards, le chercheur peut toutefois rendre plus optimales ses sources informationnelles en ciblant des personnes-ressources reconnues pour leur fiabilité, tout en retranscrivant ses notes rapidement avant d'oublier des éléments importants. La collecte de l'information est marquée par les données qui sont extraites du terrain, les matériaux du terrain, qui subissent nombre de déformations ou de contraintes sur le plan de la langue, de la qualité et de la fiabilité des informations collectées, de la relation de confiance entre le sujet et le chercheur et des idées préconçues de part et d'autre. Pendant l'enquête de terrain, l'ethnologue est le moyen servant à produire de nouvelles connaissances où l'analyse est indissociable de l'étape de la collecte en étant simultanée et réciproque. Il ne doit pas trop se fier à ses intuitions produites par sa présence sur le terrain, ce qui peut générer des biais supplémentaires, voire des déficits d'analyse.

L'expérience du terrain représente un «champ de bataille» (Pulman, 1998, p. 29, cité dans Albera, 2001, p. 6) ou plutôt un champ d'opérations pour le chercheur, qui doit théoriser les caractéristiques de ce terrain de recherche en fonction de ses objectifs. Le terrain prend sens lorsque le chercheur se

déplace vers le lieu géographique où il peut observer et analyser *ex ante* et *ex post* les différents phénomènes sociaux. Cette conception constitutive de la nature du terrain et de ses dynamiques exogènes et endogènes ramène au binôme observation/terrain comme pilier de la connaissance scientifique:

Le travail de terrain [est] envisagé ici comme l'observation des gens *in situ*: il s'agit de les rencontrer là où ils se trouvent, de rester en leur compagnie en jouant un rôle qui, acceptable pour eux, permette d'observer de près certains de leurs comportements et d'en donner une description qui soit utile pour les sciences sociales tout en ne faisant pas de tort à ceux que l'on observe. Même dans le cas le plus favorable, il n'est pas facile de trouver la démarche appropriée (Hughes, 1996, p. 267).

Cette définition issue du courant de l'École de Chicago se rapproche de notre proposition. Le terrain pourrait se définir comme la délimitation méthodologique d'un lieu et d'un temps précis, tous deux formant un contexte dans lequel se produisent des relations sociales accessibles au chercheur, ou à ses instruments de collecte de l'information, dans le but d'expliquer, de comprendre ou d'intervenir sur ce terrain ou ce contexte. Or la nature du terrain semble *a fortiori* être déterminée par de nouvelles prérogatives dans le numérique. Est-ce que le cyberspace change les contours de cette première définition du terrain?

4.4 / La dialectique du terrain: quel cadre spatio-temporel pour le cyberspace?

La limite fondamentale du terrain et de son champ d'exercice est le temps. Or il n'en demeure pas moins que le terrain commence bien avant l'entrée officielle du chercheur dans ce

lieu défini par un espace spatio-temporel. Le terrain exige de la part des chercheurs une formation adéquate et préliminaire à la manipulation des outils de collecte en raison des nombreux pièges et prescriptions éthiques. Ainsi, toute recherche sur le terrain doit être approuvée par les comités de financement, de thèse et d'éthique, qui approuvent ou désapprouvent le projet de recherche proposé dans ses moindres détails méthodologiques et conceptuels. Le travail scientifique ne se résume donc pas qu'aux résultats encourus ou à sa méthode, surtout lorsque la recherche définie nécessite une implication importante du chercheur sur le terrain. L'enquête de terrain s'inscrit dans un continuum dynamique de pratiques allant au-delà des actions entreprises au sein de cet espace abstrait où il est possible d'appréhender son objet en ayant des interactions aussi larges que minimales avec les sujets. Il faut que l'enquêteur soit apte à bien préparer son terrain avec une recension de la littérature scientifique et, ensuite, qu'il puisse adéquatement quitter son terrain en ayant un souci pour les impératifs éthiques. D'ailleurs, l'une des étapes les plus déterminantes d'une enquête sur le terrain – et probablement la plus difficile – est celle du recrutement des participants audit projet de recherche. Les sujets doivent être sélectionnés avec pragmatisme tout en donnant leur consentement libre et éclairé en ayant la latitude nécessaire pour quitter le projet à n'importe quel moment. Pour ce faire, le chercheur doit avoir un accès privilégié à ces personnes afin de pouvoir développer une relation de confiance.

La notion de terrain doit être interprétée en fonction de ses prérogatives «tout en appréhendant le rapport chercheur/terrain à l'aune du triptyque *sur, avec et pour*» (Raoul, 2002, p. 87). Ces niveaux d'opérationnalisation de l'objet qu'est le terrain d'investigation lui-même renvoient aux différents niveaux de ce dernier. En bref, l'enquête sur le terrain induit une relation mutuelle entre temporalité et espace où le chercheur doit s'approprier et comprendre

l'intersubjectivité de celle-ci afin de construire de nouveaux savoirs. Lors de l'enquête, les chercheurs doivent être systématiquement réceptifs aux variations du terrain en favorisant une praxis, qui les amène à reconsidérer sans cesse le lieu d'investigation et leur vécu subjectif, sans quoi le processus d'objectivation risque d'être caduc. Cet ajustement quant aux fluctuations émanant du terrain de recherche fait ressortir deux aspects fondamentaux de l'enquête de terrain représentant une pratique «minée de l'intérieur» (Albera, 2001, p. 5) en raison des dangers «méthodologiques et épistémologiques disséminés particulièrement dans les terrains contemporains» (Raoul, 2002, p. 87). Par conséquent, «le terrain n'existe qu'en tant qu'il prend sens dans le cadre d'une activité de recherche», alors que, d'autre part, «il "vit" indépendamment du chercheur, il existe en tant que tel» (Raoul, 2002, p. 87).

Le cyberspace modifie les paramètres spatio-temporels du terrain de recherche; celui-ci «vit» indépendamment du chercheur dans un espace dématérialisé où le temps est lui aussi diffus tout en ne disposant pas des mêmes contraintes. Le terrain du cyberspace dispose de ses propres codes d'usage et de ses propres mécanismes de régulation et de reproduction sous une logique tentaculaire faisant fi des frontières géopolitiques traditionnelles. Quant aux matériaux du terrain, ils sont infiniment reproductibles et retraçables par la mémoire infonuagique, ce qui provoque de nouvelles contraintes de recherche, pour l'anonymat notamment. Ainsi, les frontières de la relation entre le chercheur et les sujets ne sont plus aussi étanches et transparentes qu'auparavant, surtout lorsqu'il est question des données massives (*Big Data*) et d'opacité des algorithmes. Cela soulève donc nombre de nouvelles interrogations éthiques et plusieurs questions quant à l'opérationnalisation de la recherche sur le terrain.

4.5 / Le phénomène du cyberspace comme terrain de recherche

Le cyberspace est-il un terrain de recherche comme les autres? Cette question se pose de plus en plus devant l'importance que prend celui-ci dans les relations sociales. Traditionnellement, l'explication méthodologique la plus commune pour désigner le processus de recherche insiste sur le rapport incessant entre l'idéal et le réel. De ce fait, les chercheurs font un va-et-vient entre le théorique et l'empirique, qui sont essentiellement l'un des deux points de départ pour se rendre vers l'autre en passant nécessairement par un «terrain». Mais qu'en est-il du statut du terrain virtuel dans ce cheminement? Cet espace partage à la fois des caractéristiques du théorique et de l'empirique, mais s'en distingue néanmoins, si bien qu'il est possible d'affirmer que le cyberspace n'est pas un terrain de recherche comme les autres. Le cyberspace représente plutôt un médiateur nouveau entre le théorique et l'empirique, qui influence grandement les recherches en sciences sociales, surtout dans la mesure où augmente la dématérialisation des interactions sociales depuis l'avènement du cyberspace. De plus, le chercheur n'est plus le seul moyen pour atteindre le terrain en devant se servir d'un ordinateur pour accéder virtuellement à cet espace. Ainsi, il y a une superposition des couches qui séparent le chercheur de son sujet et du réel à observer. Dans cette perspective, l'émergence des études sur le cyberspace est d'autant plus nécessaire pour mieux appréhender le réel dans cette nouvelle ère de l'humanité numérique. Ainsi, l'ensemble de la communauté scientifique doit s'interroger sur les principales méthodes de recherche afin de les arrimer à la nouvelle définition du terrain d'investigation, dont l'espace se caractérise de plus en plus comme un lieu à géométrie variable. Autrement dit, ces nouvelles réalités sociopolitiques tendent à circonscrire un nouveau champ de recherche en sciences sociales à l'aune

du développement numérique, qui nécessite une attention particulière afin de construire soit une méthode de recherche spécifique ou une méthode adaptée au cyberspace. Cependant, la question ontologique du virtuel et de sa place dans la recherche n'est que peu couverte par la littérature scientifique et peu traitée par l'épistémologie, ce qui renforce la pertinence de cette réflexion féconde sur le terrain de recherche qu'est devenu le cyberspace.

Le cyberspace apparaît dans cette lecture analytique comme un objet des sciences sociales et aussi comme un terrain en lui-même. En ce sens, l'incidence du cyberspace sur les comportements politiques et sociaux tout comme son influence sur l'organisation politicosociale font de cet espace numérique un objet d'étude pour les sciences sociales et politiques en ayant les attributs d'un lieu de représentation sociale et politique tout en étant un réel dématérialisé. Ainsi, le cyberspace s'impose à la fois comme un objet à appréhender et un terrain d'investigation pour rendre intelligibles et visibles ses effets. Ce phénomène augmente considérablement les limites et les difficultés induites par un terrain aussi mouvant et miné qu'est le cyberspace. Sans contredit, de nouvelles pratiques sociales, culturelles, politiques, économiques, universitaires (et autres!) émergent graduellement depuis bientôt plus de vingt ans. De ces pratiques, de nouveaux problèmes sociaux et intellectuels émergent également, et ceux-ci suscitent des interrogations scientifiques, mais aussi des questions sociales plus globales. Qui plus est, les scientifiques s'interrogent sur la pertinence d'ajuster les méthodes et l'éthique de la recherche en fonction de cette réalité émergente qu'est Internet. Or la communauté des chercheurs n'arrive pas à trouver de consensus sur la manière d'appréhender méthodologiquement la nature numérique d'un terrain, ou plutôt ce que change le numérique par rapport au terrain classique (Pastinelli, 2011). Pour les uns, le cyberspace est un terrain comme les autres, pour d'autres, les outillages

méthodologiques doivent être ajustés afin de mieux saisir cette nouvelle réalité. L'ensemble de ces considérations nous pousse à nous poser la question suivante: quelles sont les conséquences de la nature virtuelle du terrain dans le cyberspace sur le plan méthodologique en sciences sociales? À partir de cinq questions (où? quand? comment? qui? et pourquoi?), nous allons tenter d'élargir cette notion de terrain à partir de la littérature en sciences sociales.

À la première question de savoir où se situe le terrain en sciences sociales, il serait trop facile de répondre que le terrain se situe partout! En fait, la localisation d'un terrain de recherche en sciences sociales est beaucoup conditionnée par la question «qui?». En effet, l'objet et le sujet de recherche sont consubstantiels, ce qui fait en sorte que le terrain se situe partout où il y a des relations humaines accessibles aux chercheurs dans le cadre de leurs activités de recherche, leurs observations ou leurs interventions. Ainsi, le terrain est un espace diffus et abstrait, qui devient intelligible par les pratiques de recherche. Cependant, à cette question fondamentale s'ajoute la question fondamentale du «quand?» dans la mesure où un terrain de recherche est conceptualisé en tant qu'espace-temps délimité. De manière grossière, le terrain de recherche en sciences politiques et sociales pourrait se tenir tout le temps et n'importe où. De manière plus précise, le terrain est accessible quand des relations humaines sont accessibles aux chercheurs (ou à leurs outils technologiques) dans le cadre de leur recherche. Ensuite, le «où?» et le «quand?» se conjuguent dans un contexte précis influencé par le lieu et l'heure. Or, dans la constitution du terrain, il importe de déterminer le meilleur cadre spatio-temporel pour atteindre les objectifs de recherche et répondre à la question qui motive la recherche. Dans un cadre empirico-inductif, le terrain doit être souple et pertinent, alors que dans un cadre hypothético-déductif, ce dernier doit être précis et anticipé. Dans les deux cas, ce terrain doit être facilement accessible aux chercheurs sur les

plans physique, éthique et légal afin de respecter les prescriptions de toute recherche qualitative.

Nous proposons deux exemples de terrain où les prérogatives légales et éthiques pourraient être problématiques à la tenue d'une enquête respectant le protocole de recherche en sciences sociales. Premièrement, une enquête voulant étudier les interactions sociales ainsi que les comportements sexuels à risque des jeunes adultes pourrait avoir comme terrain de recherche les discothèques, puisque ces lieux de divertissements nocturnes sont strictement interdits aux mineurs en raison de la vente d'alcool en leur sein. Partant de ce terrain d'investigation, il est plus facile de circonscrire le cadre de la recherche et d'écarter les individus d'âge mineur, bien que subsiste une certaine possibilité de contamination de l'échantillon de la population cible. Deuxièmement, il serait possible de transposer les mêmes objectifs de recherche dans le terrain du cyberspace. De ce fait, le contexte électronique où l'enquête évoluerait sur Internet et plus précisément sur des sites de rencontre à nature érotique serait problématique sur le plan éthique pour le chercheur. En effet, celui-ci serait incapable de déterminer l'âge réel des utilisateurs de ces réseaux virtuels de sociabilité libidinale, dans la mesure où des mineurs pourraient fréquenter ces sites de rencontre en ligne, causant ainsi une rupture éthique des prescriptions dans la relation entre les chercheurs et les sujets observés.

À ce stade se pose la question cruciale du comment élaborer et «faire» son terrain. La réponse simple est de dire qu'en sciences sociales, le terrain s'effectue dans le cadre de la méthode scientifique. Or c'est dans les détails de l'élaboration de cette méthode que les choses se compliquent, d'où l'intérêt de ce chapitre. Selon nous, cette méthode implique un processus et également un objectif. D'une part, le processus consiste en la mise en œuvre d'un ou de plusieurs instruments de collecte de l'information à la disposition des praticiens des sciences sociales. L'objectif,

d'autre part, consiste à recueillir la meilleure information disponible sur le terrain afin de répondre à la question spécifique, qui motive l'ensemble de la recherche et plus précisément du problème de recherche pour lequel on doit aller sur le terrain dans une perspective empirique. Par ailleurs, les questions «qui?» et «pourquoi?» amènent une similarité de réponses qui consiste à appréhender un terrain en fonction d'un cadre éthique de recherche. L'intégrité scientifique oblige les chercheurs à déterminer les personnes qui seront observées ou interviewées et, si elles le sont, une raison valable et pertinente doit justifier le progrès des connaissances grâce à leur apport sans conséquence ou risque immédiat pour leur bien-être psychologique et physique. Il s'agit, en l'occurrence, de la difficulté inhérente de tout terrain de recherche, et même de sa difficulté ultime. Autrement dit, l'aspect le plus difficile à maîtriser à cette étape du processus d'enquête est la recherche d'un équilibre entre l'accès au terrain, le respect de l'intégrité des personnes, de la quantité d'observations ou d'entrevues nécessaire selon le seuil de saturation préalablement défini, de la récurrence du phénomène et de l'obtention de la meilleure information disponible. Il s'agit de bien équilibrer la richesse informationnelle et les obstacles méthodologiques ou éthiques. Mais qu'en est-il *par, dans et sur* le cyberspace?

4.6 / Le cyberspace et la méthode: vers un changement de paradigme analytique?

Comme cela a été expliqué précédemment, le cyberspace représente sans doute l'une des avancées technologiques ayant le plus transformé l'organisation sociale en raison de sa croissance sans précédent créant de nouveaux phénomènes telles la cybersécurité, la cyberintimidation ou la cyberdépendance. Dès lors, le problème se pose de deux façons complémentaires et sous-jacentes dans l'immensité

du terrain qu'expose le cyberspace. Premièrement, il est généralement admis que depuis bientôt une dizaine d'années, l'Occident est entré dans l'ère numérique, en grande partie en raison de l'expansion du cyberspace. Ce dernier tend à redéfinir les différents rapports sociaux, que ce soit entre les individus, entre les individus et les institutions ou entre les institutions dans un sens large. Deuxièmement, les sciences sociales font face à de nouveaux obstacles et possibilités de recherche par le développement du cyberspace. Les terrains se confondent de plus en plus entre la vie sociale réelle et virtuelle, et entre la sphère publique et privée. Est-il pertinent de construire de nouvelles méthodes comme celle de la netnographie ou du *machine learning* pour étudier les communautés virtuelles et les rapports sociaux observables dans le cyberspace? Les méthodes traditionnelles des sciences sociales doivent-elles en fin de compte s'adapter à ce nouveau terrain de recherche? Nous soutenons que la prise en compte de ces deux problèmes oriente *ipso facto* la nature du terrain et conduit à une nouvelle cartographie des lieux d'enquête, qu'elle soit en ligne ou hors ligne.

L'avènement du cyberspace modifie considérablement le rapport au temps et à l'espace, si bien que les mécanismes déterminant le réel fluctuent en fonction des avancées technologiques, ce qui a pour conséquence de remettre en cause nombre de pratiques. Si Fukuyama (1992) annonçait la fin de l'histoire, cette dernière s'oriente plutôt vers une nouvelle ère numérique transformant d'importants aspects de l'organisation sociale, politique et économique (Bogumil et Pastinelli, 2000) à l'approche de la «société globale de l'information» (Ouellet, 2009). Les progrès techniques d'Internet comme principal mode d'interactions sociales s'appuient sur «l'idée d'un paradigme de changement social» faisant en sorte que l'environnement est de plus en plus délocalisé de son lieu géographique (Belbaraka, 2011, p. 18). En considérant le cyberspace comme une noosphère (Josset,

2011), plusieurs chercheurs évoquent une «e-évolution» dans les relations sociales et communicationnelles. Depuis les années 1990, les données de la Banque mondiale (2015) montrent que l'accès à Internet s'est largement démocratisé, passant d'un taux d'utilisation moyen de 0,25% à 44%. Cette courbe positive d'utilisation est présente dans tous les États du système international à des échelles variables. Les pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques ont eu une augmentation moyenne de 77% depuis 1990, contre seulement 12,1% pour les pays les moins avancés (Banque mondiale, 2015), ce qui illustre de manière probante la fracture numérique. Ces inégalités quant à l'utilisation d'Internet montrent le pouvoir du cyberspace, qui peut conduire à un accroissement des asymétries entre le Nord et le Sud dans une conjoncture de plus en plus technologique. Selon Boltanski et Chiapello (1999), la connexion à Internet représenterait *ipso facto* un «instrument d'exclusion» réaffirmant une nouvelle forme de domination contemporaine opposant les non connectés aux utilisateurs d'Internet. Par ailleurs, «le cyberspace représente désormais un enjeu géostratégique et politique clé» au sein du système politique (Clerot et Mayor, 2012). Les progrès technologiques génèrent un nouveau chapitre quant au débat sur la modernité et le postmatérialisme. Deux visions dominantes subsistent dans ce débat sur l'effet de la cybernétique sur les conditions humaines. Tout d'abord, la conception pessimiste estime que «la communication humaine, médiatisée par l'ordinateur, est transformée par des pratiques pernicieuses telles que la séparation physique et la fin de la rencontre directe, la confusion entre le virtuel et le réel», ce qui peut générer *a posteriori* une nouvelle forme d'esclavagisme (Laflamme et Lafortune, 2006, p. 98). Ensuite, les théoriciens les plus optimistes, voire utopistes, croient plutôt que la cybernétique tend à généraliser un monde meilleur en améliorant considérablement les conditions de vie en raison de l'inéluctabilité d'Internet, dont

le réseau serait homologue au progrès technique et social (Laflamme et Lafortune, 2006, p. 98). Le cyberspace constitue un enjeu sociopolitique et économique tout en étant une problématique pertinente en sciences sociales et politiques.

Le cyberspace a pour principal avantage de se présenter comme un laboratoire virtuel où la communauté scientifique peut collecter de l'information disponible presque en tout temps, et ce, à l'échelle planétaire et nonobstant des coûts importants sur le plan de la recherche, comparativement aux méthodes traditionnelles (Joinson, 2013). Il semble que le processus de dématérialisation circonscrivant le terrain de recherche qu'est le cyberspace tend à modifier l'ensemble des méthodes de collectes de l'information. En effet, le contexte électronique tend à revoir les principales déclinaisons de la méthode traditionnelle en sciences sociales:

Les méthodes virtuelles pourraient remettre en question les méthodes traditionnelles de la même façon: en mesurant si une entrevue virtuelle peut être qualifiée comme une vraie entrevue, nous pouvons également réfléchir plus profondément sur ce que nous estimons être une entrevue dans une position méthodologique [...] Même si une partie de la littérature florissante quant aux méthodes virtuelles d'investigation contient une réflexion sur les résultats et les buts du processus général de recherche, ceci représente un processus sain pour l'ensemble des disciplines et pas seulement pour l'interdisciplinarité des études sur le cyberspace (Hine, 2013, p. 25).

Pastinelli (2011) affirme *a contrario* qu'aucune différence tangible ne subsiste entre un terrain virtuel et un terrain physique puisque *grosso modo*, les étapes de la recherche

reposent sur un ensemble similaire de principes. Autrement dit, une investigation menée par une méthode d'observation *in situ* ne se distancie pas absolument d'une recherche ethnographique sur des communautés en ligne, surtout en considérant ce que la chercheuse évoque comme une «utopie du virtuel» en sciences sociales (Pastinelli, 2011, p. 39). Les rapports sociaux et le «quotidien ordinaire» ne sont pas différents dans le cyberspace et en dehors de cette structure, dans la mesure où le cyberspace ne se pose pas «en abstraction des autres sphères de la vie sociale» (Pastinelli, 2011, p. 39). Selon cette dernière, cette interprétation est en quelque sorte analogue au passage de l'anthropologie urbaine *sur* la ville à une anthropologie urbaine *dans* la ville, en cessant

de penser l'individu comme entièrement déterminé par le contexte et donc comme étant, d'abord et avant tout, un «internaute» ou un «citadin» pour s'intéresser à des pratiques, des discours, des représentations et des expériences qu'on aurait eu tort de croire être déterminés pour l'essentiel par le contexte dans lequel on pouvait les observer (Pastinelli, 2011, p. 39).

D'autres auteurs insistent sur le fait que l'émergence du cyberspace a considérablement modifié les contingences de la recherche sur le terrain pour le chercheur tout en le conduisant à de nouveaux défis sur le plan de l'analyse et de l'observation. En effet, les communautés virtuelles observables sur Facebook et Twitter représentent un nouvel intérêt pour la communauté scientifique en sciences sociales, puisque l'analyse de ces dernières nécessite l'arrimage des instruments de collecte de l'information pour mesurer l'effet de ces technologies sur l'organisation sociale et politique (Côté, 2013). Cet intérêt semble décuplé en raison du rôle joué par Internet dans des formes de participation publique et protestation politique. En ce sens, le cyberspace et ses

réseaux interconnectés peuvent constituer un nouveau lieu de mobilisation et de luttes politiques. Selon Greffet (2012, p. 79), la politisation du cyberspace «se présente en effet comme un ensemble d'espaces multiples d'information, de mobilisation, de débat, ou simplement de conversation, parfois agrégés entre eux». Ce phénomène est marqué par l'introduction d'un «Internet militant» se dissociant des sphères institutionnelles et des médias traditionnels pour ainsi créer de nouveaux espaces démocratiques (Greffet, 2012, p. 80).

Le cyberspace est ainsi marqué par une série de nouvelles pratiques communicationnelles et sociales: le contexte électronique favorise la prédominance de l'anonymat (Mann et Stewart, 2000), la contraction de l'espace et du temps (Hine, 2013), l'apparition d'une nouvelle forme de voyeurisme (Howard, 2002) et l'effritement des frontières de la vie publique et de la vie privée (Markham et Baym, 2008). Cependant, Pastinelli (2011) soutient que le réel du cyberspace ne repose pas sur une réalité unidimensionnelle dans la mesure où nombre de caractéristiques que l'on attribue à l'espace électronique peuvent également être attribuées à certains contextes hors ligne. Il importe d'établir des outils rendant compte de ces différences et considérant les caractéristiques intrinsèques de ce terrain de recherche campé entre lieu virtuel et géographique:

D'un point de vue méthodologique, la singularité du terrain a nécessité un travail de lecture et d'analyse de la littérature sur la façon dont les sciences sociales abordent aujourd'hui l'étude des pratiques sur Internet. L'un des termes le plus employés est celui d'ethnographie du virtuel. À un niveau très général, cette notion se définit comme l'étude des populations et des pratiques sur le réseau mondial: tchats, forums de discussions, sites internet, blogs, réseaux sociaux (Berry, 2012, p. 37).

Un certain débat subsiste quant à l'identification de différences substantielles entre l'ethnographie virtuelle et l'ethnographie classique (Berry, 2012). Certains chercheurs croient que «l'ethnographie du virtuel ne s'intéresse qu'à ce qui se produit en ligne pour ainsi renverser, par conséquent, l'approche traditionnelle» (Mason, Coffey et Atkinson, 2005, p. 61, traduction libre). Cette ethnométhodologie tend à appréhender le cyberspace en rendant compte «des activités qui constituent les routines des membres, qui sont autant de méthodes pour manifester et construire la réalité de la pratique étudiée» (Genvo, 2006, p. 263). Par ailleurs, les travaux de Garfinkel (2003, cité dans Genvo, 2006, p. 264) montrent que l'ethnométhodologie a retrouvé dans le cyberspace «un terrain favorable à son paradigme» dans la mesure où celui-ci permet de construire de nouveaux savoirs par l'intermédiaire de l'interprétation des interactions entre les différents sujets produisant des activités sociales en ligne (Berry, 2012, p. 37). Dans ce sens, «le rôle de l'ethnographe consiste alors principalement à recueillir les productions textuelles des utilisateurs pour comprendre les significations qui sous-tendent ces communications» (Berry, 2012, p. 38).

Une autre méthode inédite quant à l'étude du cyberspace est celle de la netnographie développée par Kozinets (2002). Cette démarche qualitative permet de rendre intelligible le comportement des consommateurs et des communautés virtuelles (Sayarh, 2013). Cette méthode s'est ensuite élargie aux autres disciplines des sciences sociales. Selon Rheingold (1993, p. 61), les communautés virtuelles se définissent comme des «groupements sociaux qui émergent du Web quand suffisamment d'individus mènent des discussions publiques assez longtemps, et avec suffisamment de sentiments humains afin de constituer des réseaux de relations personnelles dans l'espace virtuel» tout en se présentant comme «une culture cognitive et sociale et non géographique». Ces communautés virtuelles tendent à octroyer un anonymat virtuel qui augmente ainsi

considérablement le sentiment de sécurité des sujets, qui sont alors plus susceptibles de discuter de problématiques plus difficiles à aborder dans un entretien face à face (Sayarh, 2013). Cette nouvelle forme de socialisation représente un objet de recherche fécond pour les chercheurs, d'autant plus que les méthodes qualitatives ont manifesté, semble-t-il, leurs limites à l'égard d'Internet. En l'occurrence, il était nécessaire de développer de nouveaux outils par l'intermédiaire de la netnographie, qui repose principalement sur les assises de l'ethnographie classique sur le plan du rapport au terrain et de la recherche ainsi que dans la similitude des étapes de l'enquête: 1) l'entrée sur le terrain; 2) la collecte de l'information; 3) l'analyse des données et l'interprétation de celles-ci; 4) la rétroaction avec les participants ainsi que la sortie du terrain (Sayarh, 2013). Tout comme l'ethnographie, «la netnographie permet au chercheur de comprendre les symboles, le sens ainsi que les pratiques de groupes sociaux, mais cette fois dans un contexte bien spécifique qui est celui du Web» (Sayarh, 2013, p. 31). Or certains auteurs affirment que cette méthode ne représente pas une innovation en soi, dans la perspective où elle serait plutôt une nouvelle forme d'analyse de contenu remplaçant les méthodes assez coûteuses en temps et en ressources financières comme les groupes de discussion (Pastinelli, 2011).

Mann et Stewart (2000) tentent dans leur démarche méthodologique et épistémologique de standardiser les instruments de collecte de l'information que sont les entrevues et les questionnaires afin d'opérationnaliser l'ensemble des étapes du processus de recherche en ligne, et ce, peu importe l'objet de recherche. Cela présuppose que l'avantage de cette orientation en ligne de la recherche est de limiter considérablement les coûts tout en étant plus rapide et efficace pour effectuer la collecte de l'information (Miron et Dragon, 2007). Un autre avantage de la recherche en ligne est le fait que lorsque celle-ci porte sur des

problématiques sensibles, des entrevues peuvent être effectuées de «manière complètement anonyme» (Pastinelli, 2011). Par exemple, on pourrait penser à des études s'intéressant au recrutement en ligne par l'État islamique. L'anonymat et la confidentialité dans ces conditions sécuritaires sont d'autant plus essentiels et critiques. Inversement, d'autres se demandent si le développement de techniques informatisées de collecte ou le «recours massif» à ces dernières pour le traitement des données ne constitueraient pas une menace pouvant imposer «un carcan fatal à la recherche qualitative» (Bourdon, 2000, p. 21). Cette question est centrale dans le débat quant au rôle de la cybernétique dans le processus de recherche qualitative en sciences sociales en continuum avec l'importance du cyberspace dans les relations sociales.

Ce qui est certain, c'est que le cyberspace représente un terrain de recherche intégrant dans son immensité, d'une part, de nouvelles pratiques socioculturelles ou encore, d'autre part, une praxis qui était inaccessible aux chercheurs auparavant (Greffet, 2012). Le cyberspace représente l'excroissance d'une technologie réticulaire (Internet) qui a pleinement et absolument intégré la vie quotidienne d'une pluralité d'individus en étant le centre d'un nombre important de pratiques présentant des caractéristiques non homogènes. Selon Boyd (2008), Internet est à la fois un espace imaginé et à la fois un lieu qu'on occupe de telle sorte que des choses arrivent dans Internet, par Internet ou à cause d'Internet. Cette interprétation du cyberspace représente le creuset des nouvelles orientations de la recherche en sciences sociales dans la mesure où Internet a absolument modifié la notion de terrain et le rapport à l'espace (Boyd, 2008, p. 27). En ce sens, Greffet (2012, p. 78) souligne que le cyberspace représente un défi méthodologique et conceptuel pour les chercheurs en sciences sociales et politiques avec l'émergence de notions telles qu'«e-participation» ou «cyberparti», si bien que les sciences sociales doivent

dorénavant considérer le cyberspace à la fois comme un «terrain» et un «objet à penser». Néanmoins, il est nécessaire de s'interroger à partir de quand, de quel lieu et de quelle manière il est possible d'identifier un «terrain de recherche» à partir de l'immatérialité du cyberspace et de ses limites ambiguës.

Le terrain pourrait se définir de manière ethnographique comme le lieu où le chercheur déploie ses méthodes de recherche afin de collecter les informations nécessaires au processus de théorisation du réel en s'appuyant sur des preuves empiriques émanant du terrain lui-même (Durand, 2001). La définition du terrain repose sur une analyse conceptuelle et méthodologique des pratiques de recherche, dont le lieu de l'enquête dépasse la seule notion d'«espace physique». Pour intégrer le cyberspace, la notion strictement topographique du terrain de recherche doit être écartée au profit d'une définition plus inclusive. Le terrain devient alors le lieu d'une dialectique reliant espace virtuel et savoir, soit un processus de «construction» numérique et de «circulation des savoirs sociaux ordinaires» (Le Marec, 2002, p. 17).

Selon Siméant (2012, p. 124), «[l]e terrain change de nature dans la pratique et perd son statut de lieu et de temps dédié». Dans ce sens, la nature du terrain ne repose pas uniquement sur ses caractéristiques intrinsèques, mais bien sur un ensemble de facteurs où les pratiques du chercheur tendent inexorablement à modifier cette nature relative. De plus, le terrain «n'est pas le réservoir des faits et de la réalité sociale telle qu'elle est perceptible spontanément dans sa complexité et sa richesse, mais un ensemble d'opérations, de situations inédites, de confrontations singulières qui occupent le chercheur au quotidien» (Siméant, 2012, p. 124). Toute identification dudit terrain de recherche doit être accompagnée par le principe de l'expérience subjective entre les chercheurs et leurs sujets. Le terrain est avant tout une question de «matérialité» et, ensuite, un «espace de

pratiques» et un «lieu de l'expérience» révélant ainsi l'importance de l'empirisme dans l'investigation (Viellard-Baron, 2005, p. 409). Le terrain est ainsi «déjà construit, façonné, délimité, théorisé», de telle sorte qu'il doit être compris par une «pédagogie» particulière en étant «à la fois l'espace obligatoire de la rencontre sensible et le lieu de la vérification, dialectique subtile entre le concret et l'abstrait, entre le naturel et le construit» (Viellard-Baron, 2005, p. 410). La nature du terrain fait donc l'objet d'une polysémie quant à sa définition par la complexité de la notion même de terrain. Celle-ci repose sur une praxis entre le chercheur et le terrain lui-même. Cette logique se pose aussi au terrain du cyberspace en tant qu'espace géographique et virtuel.

Conclusion: vers de nouvelles pratiques de recherche pour et dans le cyberspace?

Le cyberspace se montre tant comme un nouveau lieu d'affrontement, d'influence, de relations sociales, de pratiques et, conséquemment, un nouveau terrain de recherche pour la communauté scientifique. Le cyberspace est certainement un terrain de recherche pas comme les autres. Ainsi, Internet et le contexte virtuel soutenu par cet espace dématérialisé présentent de nouveaux horizons pour la recherche scientifique en sciences sociales tout en étant la locomotive de nouvelles pratiques, de telle sorte qu'il est impératif d'arrimer les méthodes traditionnelles. Au sens de l'ethnographie classique ou encore virtuelle, le cyberspace est un terrain permettant de voir «de l'intérieur» et «de près» et non seulement «de loin» et «de l'extérieur» un phénomène que le chercheur tente d'appréhender par l'intermédiaire de cette plateforme interactive de communications et de sociabilité transcendant les frontières du réel et de l'idéal (Magnani et Cantor, 2002). Le cyberspace permet une immersion totale du chercheur dans son terrain tout en lui permettant de collecter systématiquement des éléments

s'étant déroulés pendant son absence «physique» de cet espace dématérialisé. Le chercheur peut également collecter l'information «dans» le cyberspace en observant directement les interactions sociales en ligne de manière instantanée ou encore de façon *ex post* selon les cadres et le design de recherche établis et les ressources disponibles.

S'il faut faire preuve de prudence et ne pas s'inscrire dans un déterminisme numérique, il faut néanmoins constater que l'infrastructure sans égal d'Internet concourt avec l'émergence et la perpétuation de nouvelles formes réticulaires. En ce sens, Internet peut être le lieu de nouvelles expressions de la société civile tout en étant un outil politique en raison de ses dispositifs techniques permettant des formes d'organisation nouvelles, accompagnées d'un accès à l'information sans commune mesure (Proulx et Latzo-Toth, 2000). Inversement, le cyberspace est également le lieu d'une désinformation sans précédent, phénomène qui a été largement mis en exergue lors de la campagne présidentielle de 2016 aux États-Unis, où les fausses nouvelles de la droite conservatrice ont favorisé le candidat Donald Trump dans les médias sociaux, notamment. Quant au domaine anthropologique, «les recherches réalisées auprès des internautes ou des communautés dites virtuelles montrent les possibilités et les limites d'un travail de terrain dans le cyberspace» (Sollberger Jeolás, 2008, p. 56). Les difficultés rencontrées par l'intermédiaire du cyberspace comme terrain de recherche permettent de réfléchir et de critiquer certaines spécificités du travail scientifique: les instruments traditionnels de collecte de l'information font face à de nouveaux défis méthodologiques et éthiques. Ce chapitre se veut une réponse embryonnaire à une problématique féconde et transversale, et qui influence globalement le processus de recherche. La relation intersubjective, réflexive ou coconstitutive entre le chercheur et son sujet est bousculée dans la perspective où les limites de la participation et de l'observation sont plus obscures à l'intérieur du cyberspace

que dans tout autre terrain d'investigation. Nous n'avons qu'à penser également aux principes et mécanismes de l'entrevue comme instrument où dans le cyberspace, les chercheurs ne se retrouvent plus en face à face avec la personne interrogée. Ainsi, des balises méthodologiques sont nécessaires afin d'encadrer les possibilités *in silico* d'Internet comme laboratoire d'observation.

Dans cette nouvelle orientation de la construction du sens que provoque le cyberspace, il importe de revenir sur notre proposition pluridisciplinaire de définition d'un terrain de recherche qui, de surcroît, s'inscrit et évolue dans le cyberspace. Le terrain en sciences sociales se définit donc comme la délimitation méthodologique d'un lieu et d'un temps précis conduisant à un contexte particulier où se produisent et se reproduisent des relations sociales accessibles aux praticiens (ou à ses instruments de collecte de l'information) afin de comprendre, expliquer ou intervenir sur ledit terrain de recherche. Nous réitérons le postulat que cette définition permet davantage l'intégration de la nature spécifique du cyberspace lors de l'élaboration du terrain de recherche. Qui plus est, cette définition plus inclusive permet d'intégrer le sens propre de tout terrain de recherche en renforçant ainsi l'hypothèse que le cyberspace expose un caractère d'unicité motivé par ses difficultés intrinsèques et ses spécificités constitutives quant à l'appréhension d'un terrain diffus entre le temps et l'espace.

En somme, beaucoup de travail subsiste encore sur les plans de la conceptualisation du cyberspace et de son effet sur la vie sociale. Cela passe inévitablement par des recherches de terrain grâce aux vérifications empiriques, aux observations dans ce «nouveau» terrain et aux interventions sociales à caractère scientifiques. Autre conséquence importante: l'adaptation, la transformation (ou la création, tout simplement) des outils méthodologiques d'appréhension du réel/virtuel en fonction des caractéristiques de ce terrain. Enfin, des changements devront aussi avoir lieu notamment

sur le plan des mentalités dans la communauté scientifique, mais aussi et surtout auprès des comités d'éthique de la recherche, des organismes subventionnaires, des maisons d'édition scientifique et des grandes associations scientifiques.

Bibliographie

- ALAMI, S., D. DESJEUX et I. GARABUAU-MOUSSAOUI (2013). *Les méthodes qualitatives*, 2^e édition, Paris, Presses universitaires de France.
- ALBERA, D. (2001). «Terrains minés», *Ethnologie française*, vol. 31, n° 1, p. 5-13.
- BANQUE MONDIALE (2015). *Utilisateurs d'Internet (pour 100 personnes)*, Rapport sur le développement des télécommunications dans le monde et base de données de l'Union internationale des télécommunications et estimations de la Banque mondiale.
- BELBARAKA, K. (2011). *Le cyberspace, nouvel eldorado: les discours sur Internet et les nouvelles technologies mobiles*, mémoire de maîtrise, Montréal, Université du Québec à Montréal.
- BERNARD, Y. (2004). «La netnographie: une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation», *Décision marketing*, n° 36, p. 49-62.
- BERRY, V. (2012). «Ethnographie sur Internet: rendre compte du virtuel», *Les sciences de l'éducation - Pour l'ère nouvelle*, vol. 45, n° 4, p. 35-58.
- BOGUMIL, J. et M. PASTINELLI (2000). «L'ethnographie du monde numérique, ou comment faire du terrain dans le meilleur des mondes», *Ethnologies*, vol. 22, n° 2, p. 5-37.
- BOLTANSKI, L. et E. CHIAPELLO (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.
- BOULAIRE, C., G. HERVET et R. GRAF (2013). «Déambulation et cueillette dans le bois digital de YouTube: construction d'une approche spatiale et narrative de la recherche», *Recherche qualitative*, vol. 32, n° 2, p. 252-274.
- BOURDON, S. (2000). «L'analyse qualitative informatisée: logique des puces et quêtes de sens», *Recherche qualitative*, vol. 21, p. 21-44.

- BOYD, D. (2008). «A response to Christine Hine», dans A.N. Markham et N.K. Baym (dir.), *Internet Inquiry: Conversations about Method*, Londres, Sage, p. 26-32.
- BREUX, S., M. REUCHAMPS et H. LOISEAU (2011). *Carte mentale et science politique. Regards et perspectives critiques sur l'emploi d'un outil prometteur*, Bruxelles, Peter Lang.
- CARR, J. (2011). *Inside Cyber Warfare: Mapping the Cyber Underworld*, 2^e édition, O'Reilly Media.
- CHAMPOULIE, J.-M. (1996). *Le regard sociologique*, Paris, Maison des sciences de l'homme.
- CLEROT, F. et V. MAYOR (2012). «Jeu de Go dans le cyberspace», *Revue internationale et stratégique*, n° 87, p. 111-119.
- CÔTÉ, I. (2013). «Fieldwork in the era of social media: Opportunities and challenges», *American Political Science Association*, p. 615-619.
- DE DONNEDIEU VABRE, J. (1952). «La science politique contemporaine», *Revue française de science politique*, vol. 2, n° 2, p. 388-400.
- DELLA PORTA, D. et M. KEATING (2008). *Approaches and Methodologies in the Social Sciences: A Pluralist Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press.
- DEMCHAK, C. (2012). «Resilience and Cyberspace: Recognizing the Challenges of a Global Socio-Cyber Infrastructure (GSCI)», *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, vol. 14, n° 3, p. 254-269.
- DESFORGES, A. (2014). «Les représentations du cyberspace, un outil géopolitique», *Hérodote*, n° 153-154, p. 67-81.
- DESLAURIERS, J.-P. (1998). *Les méthodes de la recherche qualitative*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- DESLAURIERS, J.-P. et M. KÉRISIT (1997). «Le devis de recherche qualitative», dans J. Poupart et al. (dir.), *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Montréal, Gaëtan Morin éditeur, p. 85-111.
- DUFOUR, S., D. FORTIN et J. HAMEL (1991). *L'enquête de terrain en sciences sociales*, Montréal, Les Éditions Saint-Martin.
- DURAND, J.-Y. (2001). «Entre sédiments, strates et failles: le "terrain", une métaphore minée?», *Ethnologie française*, vol. 31, n° 1, p. 127-141.
- FUKUYAMA, F. (1992). *La fin de l'histoire et le dernier homme*, Paris, Flammarion.

- GARFINKEL, H. (2003). «Le programme ethnométhodologique», dans M. De Fornel, A. Ogien et L. Quéré (dir.), *L'ethnométhodologie*, Paris, La Découverte, p. 31-56.
- GENVO, S. (2006). *Le game design de jeux vidéo, approche communicationnelle et interculturelle*, thèse de doctorat, Metz, Université Paul Verlaine.
- GIDDENS, A. (1987). *Social Theory and Modern Sociology*, Cambridge, Polity Press.
- GOERTZ, G. et J. MAHONEY (2012). *A Tale of Two Cultures: Qualitative and Quantitative Research in the Social Sciences*, Princeton, Princeton University Press.
- GREFFET, F. (2012). «Le web dans la recherche en science politique: nouveaux terrains, nouveaux enjeux», *Revue de la BNF*, n° 40, p. 78-83.
- GUILLEMETTE, M., J. LUCKERHOFF et F. GUILLEMETTE (2011). «Les entretiens de groupe en ligne», *Recherche qualitative*, vol. 29, n° 3, p. 79-102.
- HARKNETT, R. J., J. P. CALLAGHAN et R. KAUFFMAN (2010). «Leaving deterrence behind: War-fighting and national cybersecurity», *Journal of Homeland Security and Emergency Management*, vol. 7, n° 1, p. 1-27.
- HINE, C. (2013). *Virtual Research Methods*, Londres, Sage Publications.
- HOBSBAWM, E. et T. RANGER (dir.) ([1983] 2012). *L'invention de la tradition*, Paris, Éditions Amsterdam.
- HOWARD, P. (2002). «Network ethnography and the hypermedia organization: New organizations, new media, new methods», *New Media & Society*, vol. 4, n° 4, p. 551-575.
- HUGHES, E.C. (1996). «La place du travail de terrain dans les sciences sociales», dans J.-M. Chapoulie (dir.), *Le regard sociologique, essais choisis*, Paris, EHESS, p. 823-825.
- JACCOUD, M. et R. MAYER (1997). «L'observation en situation et la recherche qualitative», dans J. Poupart et al. (dir.), *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Montréal, Gaëtan Morin éditeur, p. 211-249.
- JEFFREY, D. (2005). «L'éthique de la rencontre en recherche qualitative», dans D. Jeffrey et M. Maffesoli (dir.), *La sociologie compréhensive*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 145-160.
- JOINSON, A. N. (2013). «Internet behaviour and the design of virtual methods», dans C. Hine (dir.), *Virtual Research Methods*, Londres, Sage Publications, p. 21-

34.

- JOSSET, R. (2011). «Inconscient collectif et noosphère du monde imaginaire au village global», *Sociétés*, vol. 1, n° 111, p. 35-48.
- KEMPF, O. (2012). *Introduction à la cyberstratégie*, Paris, Economica.
- KENDALL, L. (2002). *Hanging out in the Virtual Pub: Masculinities and Relationships Online*, Berkeley, University of California Press.
- KOZINETS, R.V. (2002). «The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities», *Journal of Marketing Research*, vol. 39, n° 1, p. 61-72.
- KUHN, T.S. (1972). *La structure des révolutions scientifiques*, Paris, Flammarion.
- LAFLAMME, S. et S. LAFORTUNE (2006). «Utilisation d'Internet et relations sociales», *Communication*, vol. 24, n° 2, p. 98-128.
- LAPERRIÈRE, A. (1997). «Les critères de scientificité des méthodes qualitatives», dans J. Poupart et al. (dir.), *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Montréal, Gaëtan Morin éditeur, p. 365-389.
- LAPERRIÈRE, A. (2009). «L'observation directe», dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale: de la problématique à la collecte des données*, 5^e édition, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 311-336.
- LE MAREC, J. (2002). «Situations de communication dans la pratique de recherche: du terrain aux composites», *Études de communication*, n° 25, p. 15-40.
- LESERVOISIER, O. (2005). *Terrains ethnographiques et hiérarchies sociales*, Paris, Karthala.
- LÉTOURNEAU, J. (2006). *Le coffre à outils du chercheur débutant*, Montréal, Boréal.
- LÉVY, P. (2000). *World philosophie: le marché, le cyberspace et la conscience*, Paris, Odile Jacob.
- LIBICKI, M. (2012). *Crisis and Escalation in Cyberspace*, Santa Monica, Rand.
- LINSTROTH, J.P. (2008). «Field research», dans L.M. Given (dir.), *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Los Angeles, Sage Publications, p. 344-346.
- LOISEAU, H. (2013). «Les sciences sociales et les études sur Internet et le cyberspace», <http://www.chaire-cyber.fr/IMG/pdf/article_1_1_-

[chaire_cyberdefense.pdf](#)>, consulté le 15 août 2017.

- LOISEAU, H. (dir.) (2013). *Vous avez dit appliquée? La politique appliquée: pédagogies, méthodes, acteurs et contextes*, Longueuil, Groupéditions.
- MAGNANI, J. et G. CANTOR (2002). «De perto e de dentro: Notas para uma etnografia urbana», *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 17, n° 49, p. 11-29.
- MANN, C. et F. STEWART (2000). *Internet Communication and Qualitative Research. A Handbook for Researching Online*, Londres, Sage Publications.
- MARKHAM, A.N. et N.K. BAYM (dir.) (2008). *Internet Inquiry: Conversations about Method*, Londres, Sage Publications.
- MASON, B., A. COFFEY et P. ATKINSON (2005). *Qualitative Research and Hypermedia: Ethnography For The Digital Age*, Londres, Sage Publications.
- MERCANTI GUÉRIN, M. (2009). «La netnographie: outil de prospective des métiers, une application aux nouveaux métiers du Web», *Management & Avenir*, vol. 5, n° 25, p. 386-405.
- MIRON, J.-M. et J.-F. DRAGON (2007). «La recherche qualitative assistée par ordinateur pour les budgets minceurs, est-ce possible?», *Recherche qualitative*, vol. 27, n° 2, p. 152-175.
- MOLES, A. et E. ROHMER (1978). *Psychologie de l'espace*, Paris, Casterman.
- MOSCOVICI, S. (1976). *La psychanalyse, son image et son public*, Paris, Presses universitaires de France.
- MUNCK, G.L. (2007). «The past and present of comparative politics», dans G. Munck et R. Snyder (dir.), *Passion, Craft and Method in Comparative Politics*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, p. 32-59.
- O'REILLY, T. (2005). «What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software», <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>, consulté le 15 août 2017.
- OUELLET, M. (2009). *Le capitalisme cybernétique dans la «société globale de l'information»: une approche culturelle de l'économie politique internationale*, thèse de doctorat, Ottawa, Université d'Ottawa.
- PAILLÉ, P. et A. MUCCHIELLI (2005). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.

- PARROCHIA, D. (2007). «L'Internet et ses représentations», *Rue Descartes*, vol. 1, n° 55, p. 10-20.
- PASTINELLI, M. (2011). «Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel! Des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne», *Anthropologie et sociétés*, vol. 35, n° 1-2, p. 35-52.
- PENEFF, J. (2009). *Le goût de l'observation*, Paris, La Découverte.
- PERETZ, H. (1998). *Les méthodes en sociologie: l'observation*, Paris, La Découverte et Syros.
- PIRES, A. (1997). «De quelques enjeux épistémologiques d'une méthodologie générale pour les sciences sociales», dans J. Poupart *et al.* (dir.), *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Montréal, Gaëtan Morin éditeur, p. 3-54.
- PROULX, S. et G. LATZKO-TOTH (2000). «La virtualité comme catégorie pour penser le social: l'usage de la notion de communauté virtuelle», *Sociologie et Sociétés*, vol. 32, n° 2, p. 99-122.
- PROVENÇAL, Y. (1987). «Une analyse de la notion d'objectivité», *Philosophiques*, vol. 14, n° 2, p. 361-180.
- RAOUL, B. (2002). «Un travail d'enquête à l'épreuve du terrain ou "l'expérience de terrain" comme relation en tension», *Études de communication*, n° 25, p. 87-103.
- RHEINGOLD, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, New York, Harper Collins.
- SAYARH, N. (2013). «La netnographie: mise en application d'une méthode d'investigation des communautés virtuelles représentant un intérêt pour l'étude des sujets sensibles», *Recherche qualitative*, vol. 32, n° 2, p. 227-251.
- SIMÉANT, J. (2012). «Localiser le terrain de l'international», *Politix*, vol. 25, n° 100, p. 113-131.
- SIMON, L.D. (2000). NetPolicy.com. *Public Agenda for a Digital World*, Washington, DC, Woodrow Wilson Center Press.
- SOLLBERGER JEOLÁS, L. (2008). «Les courses illégales de voitures: le cyberspace comme terrain ethnographique», *Altérités*, vol. 5, n° 1, p. 54-64.
- VIELLARD-BARON, G. (2005). «Entre proximité et distance, quelle place pour le terrain?», *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 49, n° 138, p. 409-427.

YEN, A.C. (2002). «Western frontier or feudal society? Metaphors and perceptions of cyberspace», *Boston College Law School Faculty Papers*, vol. 17, n° 2 (papier 2), p. 1207-1263.

1 Le Web 2.0 désigne la nouvelle phase d'évolution d'Internet à partir des années 2000. Tim O'Reilly (2005) est l'un des premiers à avoir défini le Web 2.0 à partir de certaines de ses caractéristiques: 1) le Web en tant que plateforme; 2) le fait de tirer profit de l'intelligence collective; 3) la puissance des données; 4) le principe de la «version bêta perpétuelle»; 5) des modèles de programmation légers; 6) les logiciels se libèrent des ordinateurs; 7) l'enrichissement des interfaces utilisateurs.

2 Les métadonnées seraient l'occasion pour certains chercheurs de perfectionner les méthodes statistiques pour viser des résultats prédictifs en marketing qui, par exemple, aimerait atteindre des normes scientifiques de «*scoring* prédictifs» pour anticiper les comportements des consommateurs.

PARTIE 2 /

ANALYSE DES PHÉNOMÈNES CYBERPOLITIQUES

Le vote et les élections

CHAPITRE 5 /

Le vote par Internet augmente-t-il la participation électorale?

Jérôme Couture, Sandra Breux et Nicole Goodman

Derrière la notion de «cyberespace», et plus généralement du «phénomène cyber» (Loiseau, 2016), se profile l'idée que la technique est une réponse possible à certains maux des sociétés occidentales contemporaines. Cette vision technicienne de la société semble aujourd'hui se répandre dans toutes les sphères de la société, et ce, au sein même des domaines les plus traditionnels. De la e-gouvernance au e-gouvernement¹, le fonctionnement de la démocratie semble s'appuyer de plus en plus sur la technique. En ce sens, le vote par Internet est souvent perçu comme un moyen de favoriser la participation électorale. Plus particulièrement, cette idée s'appuie sur deux arguments.

D'une part, le vote par Internet serait plus pratique. Il permettrait en effet à toute personne disposant d'un ordinateur et d'une connexion Internet de voter au moment qui lui convient le mieux (Alvarez, Hall et Trechsel, 2009, p. 497). Sans la contrainte du lieu physique et des ressources propres à l'organisation des élections dans ce lieu physique, il permettrait d'allonger la période de votation et de rendre le vote plus accessible. D'autre part, le vote par Internet serait un moyen d'atteindre des groupes sociaux qui ont davantage tendance à s'abstenir. Par exemple, Alvarez, Hall et Treschel (2009) mentionnent que dans le contexte américain, le vote par Internet est présenté comme particulièrement prometteur pour favoriser la participation des jeunes électeurs. Vu ainsi,

le vote par Internet permettrait de répondre à un problème de société, soit celui du déclin dans la participation électorale, souvent interprété comme le signe d'un dysfonctionnement de la démocratie (Hill, 2006).

L'utilisation du vote par Internet demeure assez timide. Actuellement, cette méthode de votation est utilisée dans une dizaine de pays², dont au Canada au palier municipal. Depuis 2003, le vote par Internet a en effet été une option dans plusieurs élections municipales en Ontario et en Nouvelle-Écosse. Ainsi, l'Ontario a vu 2,4 millions d'électeurs avoir la possibilité de voter par Internet lors des élections municipales de 2014, puisque ce type de votation a été offert dans 97 municipalités. De ce nombre, plus de 30 000 électeurs de 47 municipalités ont participé à un vaste projet de recherche, l'Internet Voting Project³, dont l'objectif était de mieux cerner le profil des électeurs qui utilisent ou non cette méthode de votation. En effet, en dépit des promesses que comporte le vote par Internet, peu d'études permettent de vérifier si cette méthode est davantage utilisée par les nouveaux votants ou par ceux qui votent moins fréquemment.

Ce chapitre a pour objectif de répondre à cette lacune à partir des données de l'Internet Voting Project. Nous reviendrons dans un premier temps sur les liens entre la participation électorale et le vote par Internet. Puis, nous présenterons notre démarche méthodologique. Par la suite, nous montrerons que moins un électeur a l'habitude de participer aux élections, plus il a tendance à utiliser le vote par Internet. Dans la même veine, les nouveaux électeurs inscrits ont davantage tendance à utiliser cette méthode de votation. Dans les municipalités qui utilisent le vote par Internet depuis deux à quatre élections, les électeurs occasionnels y sont un peu moins nombreux que dans les municipalités où 2014 marquait une première expérience. Un très léger effet de nouveauté semble donc pouvoir expliquer, en partie seulement, ce comportement. Toutefois, un tel effet

de nouveauté n'existe pas en ce qui concerne les nouveaux électeurs inscrits. Notre enquête tend ainsi à montrer les limites de ce nouveau moyen de votation. Elle soulève par ailleurs plusieurs interrogations quant au sens et aux valeurs qui fondent le vote par Internet, à l'image des enjeux et des risques de la cybernétisation évoqués dans cet ouvrage. Plus encore, notre analyse met également en évidence l'existence d'un électorat propre à l'échelle municipale, ce qui invite à réfléchir aux avantages du vote par Internet.

5.1 / La participation électorale et le vote par Internet

Régulièrement, les politologues, notamment nord-américains, s'interrogent sur la façon dont la participation électorale pourrait être augmentée. On s'interroge ainsi sur l'effet du mode de scrutin ou sur les conséquences de l'introduction du vote obligatoire sur le taux de participation. Le postulat de départ est le suivant: la participation électorale doit être élevée pour que la démocratie fonctionne correctement. Si certains considèrent qu'une participation électorale faible témoigne d'une satisfaction de l'opinion publique vis-à-vis des politiques menées, d'autres montrent les dangers potentiels de cette faible mobilisation (Hill, 2006). En effet, la participation électorale fournit un indicateur de l'inégalité politique. Hill (2006) mentionne que l'abstention aux États-Unis concerne de manière disproportionnée les électeurs ayant de plus faibles revenus, certains groupes minoritaires ainsi que les jeunes électeurs. D'un point de vue du système démocratique, cela pose problème, puisque la représentativité de l'électorat peut affecter les politiques publiques et ainsi reproduire les inégalités sociales. En effet, les gouvernements élus dans de telles circonstances pourraient être tentés de négliger les besoins de certains groupes sociaux sous-représentés chez les votants.

5.1.1 / **Le vote par Internet peut-il favoriser la mobilisation électorale?**

Dans un tel contexte, les débats concernant les différentes méthodes de votation, et ce, quelles qu'elles soient, visent à savoir si leur adoption augmentera la mobilisation électorale. Et c'est souvent l'argument que l'on retrouve aujourd'hui derrière l'adoption des méthodes de votation en ligne. Deux types de méthodes de votation en ligne existent: 1) le vote par Internet (Goodman, Pammett et DeBardeleben, 2010); 2) le vote à partir d'un kiosque ou d'un emplacement central (Alvarez et Hall, 2004). Ces deux types de votation ne présentent pas le même niveau d'exigences. Si le vote par Internet est souvent perçu comme étant un mode de votation très pratique pour l'électeur, le vote en ligne à partir d'un kiosque ou d'un autre lieu exige de l'électeur un déplacement ainsi qu'une familiarisation avec un nouvel appareil. Le vote par Internet semble donc être plus commode pour l'électeur.

Les arguments favorables à l'introduction du vote par Internet découlent principalement de la théorie de l'électeur rationnel de Downs (1957). En effet, si la décision de voter résulte d'un calcul fondé sur les coûts et les avantages perçus, alors réduire les coûts du vote, en minimisant par exemple le temps de déplacement et le temps d'attente au bureau de vote, permet de favoriser la participation électorale. Cette idée est notamment corroborée par les effets engendrés par d'autres changements institutionnels dans le passé; il a en effet été démontré que le vote par la poste, l'élargissement des heures de scrutin et le vote anticipé ont eu un effet positif sur la participation en augmentant celle-ci de deux à quatre points de pourcentage (Gronke *et al.*, 2008).

Les analyses scrutant les effets du vote par Internet sur le taux de participation présentent toutefois des résultats plus mitigés. Certaines ont en effet montré, dans le cas notamment de l'Estonie, de la Suisse, du Royaume-Uni et de

la Norvège, des effets nuls, voire négatifs (Bochsler, 2010; Germann et Serdült, 2017; Norris, 2004; Seggaard, Baldersheim et Saglie, 2013). D'autres, dans le cas de l'Estonie et de la Suisse, ont mis en évidence des effets positifs, allant parfois jusqu'à une augmentation de 10 points de pourcentage (Solop, 2001; Spada *et al.*, 2016; Trechsel et Vassil, 2010). Toutefois, dans le cas du Canada, les études mettent en évidence que ce mode de votation a un effet modeste et positif sur la participation des électeurs (Goodman et Stokes, 2017). Si les résultats de telles études dépendent fortement du design de recherche suivi, ils semblent également dépendre du contexte et du type d'élection concernée. Une autre façon d'essayer de comprendre l'incidence potentielle du vote par Internet sur la participation électorale est de regarder à quels électeurs cette méthode de votation s'adresse.

5.1.2 / **Qui vote par Internet?**

Trois types d'études se sont intéressés au profil du votant par Internet. Le premier type d'études tente généralement de saisir le profil des électeurs afin de vérifier, dans une certaine mesure, si l'introduction du vote par Internet facilite le vote de certains groupes d'électeurs (personnes âgées, personnes ayant des problèmes de mobilité ou des handicaps, étudiants, etc.). Les études montrent que les électeurs qui choisissent cette méthode de votation sont généralement des hommes, instruits et au statut socioéconomique élevé (Serdült *et al.*, 2015). Même si le revenu et l'éducation sont plus élevés pour tous les groupes qui adoptent le vote par Internet, des différences plus nuancées existent quant à l'âge des utilisateurs. Dans des endroits comme l'Estonie et la Suisse, par exemple, des études montrent que les électeurs âgés de 30 à 49 ans sont plus susceptibles de voter en ligne (Serdült *et al.*, 2015). En Norvège, l'utilisation du vote par Internet est relativement uniforme entre les groupes d'âge, alors qu'au Canada, ces électeurs ont souvent plus de 50 ans

(Goodman et Pyman, 2016; Serdült *et al.*, 2015). Néanmoins, des travaux plus récents montrent que les différences sociodémographiques de ces électeurs disparaissent une fois que la technologie a été offerte plusieurs fois. Elle devient par la suite une caractéristique acceptée et courante du processus de vote (Solvak et Vassil, 2016).

Le deuxième type d'études, plus rare, comprend les analyses qui comparent les électeurs qui votent par Internet avec ceux qui utilisent le vote papier. Cependant, les études menées au Canada et en Norvège révèlent que les électeurs les plus jeunes préfèrent généralement voter en utilisant le bulletin papier (Goodman et Pyman, 2016; Seggaard, Baldersheim et Saglie, 2013). L'étude canadienne de 2014 menée dans 43 municipalités révèle qu'en moyenne, les électeurs utilisant le bulletin de vote papier sont légèrement plus jeunes, moins instruits et ont un revenu annuel inférieur au ménage que leurs homologues votant sur Internet (Goodman et Pyman, 2016). Ces résultats laissent penser que le vote par Internet peut être moins un outil pour engager les jeunes électeurs qu'une stratégie pour conserver les votants plus âgés.

La troisième catégorie d'études cherche à savoir si les électeurs occasionnels ou les abstentionnistes sont susceptibles de voter ou de voter davantage lorsque la possibilité de voter par Internet est offerte. Des enquêtes auprès des votants suisses (Chevallier, 2009; Trechsel, 2007) et estoniens (Breuer et Trechsel, 2006) montrent que certains électeurs – qualifiés de votants occasionnels – votent par Internet lorsque cette technique de votation est offerte. Au Canada, par comparaison, on constate que ceux qui ont l'habitude de s'abstenir sont plus enclins à voter par Internet lorsque l'option est offerte. Par exemple, dans le cadre d'une étude menée en 2014 dans 43 municipalités de l'Ontario, 11% des électeurs ont déclaré avoir voté par Internet alors même qu'ils affirmaient avoir été jusqu'à présent des abstentionnistes. D'autres études portant sur des

municipalités au Canada ont révélé que jusqu'à 25% des électeurs par Internet ont déclaré voter pour la première fois avec le lancement du vote par Internet (Delvinia, 2011). Le fait que le vote par Internet soit susceptible de motiver certains groupes de personnes à voter, et plus spécialement les votants occasionnels, est prometteur. De nouvelles études sont toutefois nécessaires pour bien saisir les dynamiques à l'œuvre, notamment au regard du comportement des nouveaux électeurs.

5.1.3 / Comment vote-t-on par Internet? Le cas du Canada

Au Canada, le vote par Internet est piloté et mis en œuvre par les municipalités. Toutefois, la législation encadrant les élections municipales, y compris les dispositions permettant l'utilisation de méthodes alternatives de vote, relève plutôt des gouvernements provinciaux. À ce sujet, certaines provinces confèrent aux municipalités une relative autonomie pour mettre en œuvre le vote par Internet. Cette autonomie a favorisé l'émergence d'une diversité de modèles de vote par Internet en Ontario et en Nouvelle-Écosse (Goodman et Pammett, 2014).

Du point de vue de l'électeur, l'expérience d'un vote par Internet peut être assez différente selon la ville de résidence. Deux grandes approches coexistent. La première, utilisée surtout par les petites municipalités, est un modèle en une seule étape où les électeurs reçoivent une carte d'information qui leur alloue un numéro d'identification personnel (NIP). Dans plusieurs de ces municipalités, les électeurs peuvent voter par Internet en utilisant seulement leur NIP. Dans d'autres municipalités, une seconde information sera demandée à l'électeur, telle que sa date de naissance, dans l'objectif de mieux l'identifier. La deuxième approche est un modèle en deux étapes. Les électeurs doivent d'abord s'inscrire en ligne pour être admissibles au

vote par Internet. Ensuite, au moment de voter, l'électeur doit répondre à une question secrète, entrer son NIP et un élément d'authentification supplémentaire tel que sa date de naissance.

Une fois que le bulletin de vote est lancé sur le réseau Internet, l'électeur est amené à une nouvelle fenêtre qui confirme que son vote a été enregistré. Les municipalités qui adoptent le modèle en une seule étape offrent habituellement le vote par Internet tout au long de la campagne électorale. Pour que le vote par Internet soit aussi offert lors du jour officiel du scrutin, les méthodes de votation doivent être entièrement électroniques, de sorte à assurer un contrôle sur la liste des électeurs. Dans de nombreux cas, les plus petites municipalités éliminent même la méthode traditionnelle à un bureau de scrutin sur un bulletin de vote en format papier. Elles offrent alors une combinaison du vote par Internet et par téléphone. Dans les plus grandes municipalités, le vote par Internet est habituellement offert lors d'un vote par anticipation qui a lieu dans les derniers jours de la campagne électorale. Dans ces municipalités, le vote par Internet est proposé comme une méthode de vote complémentaire aux côtés du vote traditionnel à un bureau de scrutin (Goodman, 2017).

5.2 / Démarche méthodologique

Ce chapitre a pour objectif de répondre à la question suivante: le vote par Internet augmente-t-il la participation électorale? Dans cette section, nous allons présenter nos hypothèses de recherche en lien avec cette question de recherche, ainsi que les données utilisées pour les tester empiriquement.

5.2.1 / Le devis de recherche

Les écrits présentés précédemment invitent à poser trois hypothèses. Ces hypothèses se présentent comme des conditions nécessaires pour que le vote par Internet puisse favoriser la participation. Plus précisément, nous avançons que le vote par Internet favorise le vote des électeurs occasionnels, que ce mode de votation est davantage utilisé par les nouveaux électeurs et finalement que ces deux effets sont durables dans le temps.

Hypothèse 1 - Plus un électeur vote régulièrement aux élections, moins il a tendance à voter par Internet.

Cette hypothèse repose sur l'idée que, d'une part, l'acte de voter résulte d'un apprentissage et, d'autre part, que cet acte participe d'un rituel établi: voter est «une pratique sociale formelle, relativement invariante, gouvernée par des règles, mise en scène et ayant une signification symbolique» (Faucher et Hay, 2015, p. 216). En d'autres termes, comme le résume Lagroye (1997, p. 335):

Le vote est dès lors assimilable au comportement «naturel» des citoyens d'une démocratie, non seulement parce qu'il établit la dimension politique de la citoyenneté, mais aussi parce qu'il consacre leur aptitude à accomplir «naturellement» un acte complexe, selon un rituel formalisé. L'acte de vote suppose en effet un véritable apprentissage des pratiques et de leur signification. Élaborées et ajustées sur le long terme, les techniques électorales [...] ne vont de soi que pour des individus habitués à voter selon les règles, même s'ils ne sont pas tous capables d'en justifier l'existence.

En ce sens, il est possible de penser que plus un électeur vote aux élections, plus l'apprentissage de cet acte complexe et son rituel ont été intériorisés. L'introduction du vote par

Internet déconstruit en partie le rituel connu, qui risque donc de ne pas être suivi.

Hypothèse 2 – Les nouveaux électeurs inscrits ont davantage tendance à utiliser le vote par Internet.

Les nouveaux électeurs inscrits n'ont pas encore vécu l'apprentissage et le rituel de l'acte de voter. De plus, on peut penser que les nouveaux électeurs sont plus amenés, eux aussi, du moins davantage que par le passé, «à penser leurs actions en termes d'efficacité et de bénéfices individuels» (Faucher et Hay, 2015, p. 217). Dans la mesure où voter par Internet est moins coûteux, on peut penser que les nouveaux inscrits auront tendance à utiliser davantage cette technique de votation. De plus, les nouveaux électeurs inscrits sont souvent de jeunes électeurs, dont on peut penser que leur connaissance et usage d'Internet sont plus développés qu'au sein d'autres groupes de la population (Sciarini *et al.*, 2013).

Hypothèse 3 – L'effet de la présence du vote par Internet sur les électeurs occasionnels et les nouveaux électeurs diminue avec le temps.

Les votants occasionnels sont ceux qui ont déjà connu le rituel du vote. L'apprentissage du vote a été réalisé, mais pour de multiples raisons, ces électeurs ne s'y prêtent pas de façon systématique. Dans ce cas-ci, il est possible de penser que la technique et le «rituel» ne participent que de façon limitée à la décision que prend l'individu de voter ou non. En ce sens, la nouveauté de la technique de votation peut constituer un attrait, mais il est peu probable que la technique à elle seule transforme un votant occasionnel en un votant systématique: les causes de cet abstentionnisme épisodique sont plus profondes. Il est également possible de penser que l'attrait du vote par Internet diminue avec le temps, notamment chez les nouveaux électeurs inscrits. En

effet, voter par Internet pourrait tendre à dénaturer ou du moins à appauvrir le sens et les valeurs du rituel largement reconnus dans la communauté.

5.2.2 / **Méthodologie**

Cette étude utilise les données recueillies dans le cadre de l'Internet Voting Project (IVP). L'objectif de cette enquête est d'étudier l'utilisation du vote par Internet lors des élections municipales ontariennes de 2014. Dans le cadre de l'IVP, un sondage a été réalisé auprès des électeurs ayant voté par Internet et de ceux ayant voté dans un bureau de scrutin avec un bulletin papier. Plus précisément, 44 municipalités ont participé à l'enquête auprès des électeurs qui ont voté par Internet et 4 municipalités ont participé à l'enquête auprès des électeurs ayant voté à un bureau de scrutin. À ce propos, les quatre villes ont participé aux deux enquêtes, ce qui nous permettra d'effectuer une comparaison entre les deux groupes d'électeurs que sont les votants par Internet et les votants ayant exercé leur droit de vote sur un bulletin traditionnel en format papier. Le sondage de l'IVP a permis de mesurer les attitudes et les comportements à l'égard du vote, les attitudes et les opinions envers la technique et la connaissance des ordinateurs. Il a aussi permis de récolter plusieurs caractéristiques sociodémographiques de ces électeurs.

Les électeurs ayant voté par Internet ont été interrogés en ligne, une fois leur vote effectué via Internet. Le sondage était disponible du 2 au 27 octobre 2014, et 26 933 questionnaires ont été remplis par les électeurs sur Internet dans les 44 municipalités. Nous disposons de données complètes pour toutes nos variables d'intérêt pour 21 242 répondants, dont 5 042 répondants dans les quatre villes qui ont participé aux deux enquêtes. Les électeurs qui ont voté sur un bulletin de vote traditionnel ont été interrogés en personne le 27 octobre près des bureaux de scrutin, et ce, à

plusieurs endroits dans les quatre villes à l'étude. Des interviewers ont été placés à l'extérieur de la zone de votation pendant les heures d'ouverture des bureaux de vote. Ils ont ainsi pu contacter les électeurs une fois qu'ils avaient voté. Au total, 1 618 questionnaires ont été remplis auprès de ces électeurs. Nous disposons de données complètes pour l'ensemble de nos variables d'intérêt pour 1262 répondants.

Le [tableau 5.1](#) montre l'analyse descriptive de nos variables d'intérêt pour les quatre villes ayant participé aux deux enquêtes. Il s'agit des villes de Sudbury, Markham, Guelph et Springwater. Pour faciliter la description, nous allons nommer les répondants de ces quatre villes le groupe A. Les résultats concernant le groupe A ont été pondérés en fonction du mode de votation ainsi que de la taille de l'électorat de la ville d'appartenance d'après les données officielles. Cet échantillon comporte 6 304 répondants. Nous constatons que 28% des électeurs ont utilisé le vote par Internet et 72% ont voté de façon traditionnelle. Il s'agit de notre variable dépendante, qui sera utilisée pour tester les hypothèses 1 et 2 à l'aide d'une analyse de régression logistique. Les répondants ayant voté par Internet ont été codés 1 et les répondants ayant voté sur un format papier ont été codés 0. À ce sujet, il existe une variation entre les quatre villes. Selon les données officielles, les électeurs par Internet représentent 15% à Markham, 33% à Guelph, 45% à Sudbury et 58% à Springwater.

Pour ce qui est de l'habitude de vote qui permet de tester notre première hypothèse, cette variable est mesurée par la question suivante: *Considering elections at all levels of government (municipal, provincial, federal), since you became eligible to vote have you voted... 1) Never before this election; 2) In few elections; 3) In most elections; 4) In all elections.* Pour ce qui est de la variable «Nouvel électeur» qui permet de tester notre seconde hypothèse, elle renvoie ici aux électeurs qui n'étaient pas qualifiés pour voter lors de la précédente élection municipale ontarienne de 2010. Ces

électeurs n'avaient donc aucune expérience de vote dans leur actuelle ville de résidence. L'échantillon est composé de 4% de ces nouveaux électeurs, dont 53,9% sont des jeunes de moins de 24 ans et 24,5% ont moins de 20 ans. Il s'agit d'une variable dichotomique où les nouveaux électeurs ont été codés 1 et les autres 0.

Pour ce qui est des variables de contrôle, 6% de l'échantillon du groupe A est composé d'électeurs souffrant d'un handicap. Cette variable a été mesurée par la question suivant: *Do you consider yourself a person with a disability?* Il s'agit d'une variable dichotomique où «oui» a été codé 1 et «non» a été codé 0. Deux questions permettent aussi de mesurer le niveau de littératie numérique. D'abord, la fréquence d'accès à Internet a été mesurée par la question suivante: *How often do you access the Internet?* 1) *None/Never*; 2) *About once a month*; 3) *Several times a month*; 4) *About once a week*; 5) *Several times a week*; 6) *Every day*; 7) *Several times a day*. De plus, le niveau de connaissance en informatique a été mesuré par la question suivante: *I feel I have a pretty good knowledge of computers and the Internet. How much do you agree or disagree with the following statements?* 1) *Strongly Disagree*; 2) *Disagree*; 3) *Neither Agree nor Disagree*; 4) *Agree Strongly*; 5) *Agree*. De plus, nous avons contrôlé la qualité de la connexion Internet du répondant à l'aide de la question suivante: *What type of Internet connection do you have at home?* Les répondants qui ont répondu «*Dial-up*» ou «*I do not have Internet access at home*» ont été codés comme n'ayant pas de connexion rapide. Ils représentent seulement 1% des répondants du groupe A.

TABEAU 5.1 / Analyse descriptive du groupe A (votants Internet et papier à Sudbury, Markham, Guelph et Springwater)

	Minimum	Maximum	Moyenne	Écart-type
Vote par Internet	0	1	0,28	0,45
Habitude de vote	1	4	3,57	0,66
Nouvel électeur	0	1	0,04	0,20
Électeur souffrant d'un handicap	0	1	0,06	0,23
Fréquence d'accès à Internet	1	7	6,31	1,31
Niveau de connaissance informatique	1	5	3,06	1,50
N'a pas de connexion rapide	0	1	0,01	0,10
Réside en ville	0	1	0,48	0,49
Âge	18	94	44,47	15,22
Âge au carré	324	8 836	2 209,04	1 429,31
Homme	0	1	0,49	0,50
Diplôme universitaire	0	1	0,54	0,50
Diplôme secondaire et moins	0	1	0,12	0,33
Marié	0	1	0,68	0,47
Guelph	0	1	0,20	0,40
Markham	0	1	0,50	0,50
Springwater	0	1	0,03	0,17
Sudbury	0	1	0,27	0,44

Source: Jérôme Couture, adapté de Goodman et Pyman, 2016.

Pour ce qui est des variables socioéconomiques, nous sommes en mesure de contrôler le lieu de résidence (1 = urbain; 0 = banlieue ou rural), l'âge, l'âge au carré afin de détecter la présence d'une relation curvilinéaire, le sexe (1 = homme; 0 = femme), l'état civil (1 = marié; 0 = autre) et l'éducation (valeur de référence = *some technical community college or completed technical community college or some university*).

Le [tableau 5.2](#) présente l'analyse descriptive pour les votants par Internet qui ont participé à l'enquête de l'IVP dans 44 municipalités. Pour faciliter la description, nous

allons nommer les répondants de ces 44 villes le groupe B. Ces données serviront à tester l'hypothèse 3 à propos de l'effet de nouveauté sur deux variables dépendantes. La première variable dépendante est l'habitude de vote, qui est une variable ordinale. Nous allons donc procéder à une analyse de régression multinominale pour ce premier test de l'hypothèse 3. La seconde variable dépendante est la variable dichotomique «*Nouvel électeur*». Nous allons donc réaliser une régression logistique pour ce second test de l'hypothèse 3.

Il y aura trois variables indépendantes principales, qui sont «*Internet 2003*», «*Internet 2006*» et «*Internet 2010*». Ces variables dichotomiques renvoient à l'année où la municipalité d'appartenance du répondant a offert pour la première fois le vote par Internet. Ainsi, sept villes participant à l'IVP ont offert le vote par Internet pour la première fois en 2003. Les répondants de ces villes représentent 11% de l'échantillon. Quatre villes participantes ont offert le vote par Internet pour la première fois en 2006. Les répondants de ces villes représentent 8% de l'échantillon. Sept villes ont offert le vote par Internet pour la première fois en 2010. Les répondants de ces villes représentent 13% de l'échantillon. Les 26 autres villes participantes ont offert le vote par Internet pour la première fois en 2014. Les répondants de ces villes vont constituer la valeur de référence pour interpréter l'effet de nouveauté. Une description des villes participantes et de la distribution des cas pour ces villes est disponible à [l'annexe 5.1](#). Pour ce qui est des variables de contrôle, il s'agit des mêmes indicateurs qui ont été présentés précédemment pour le [tableau 5.1](#).

TABLEAU 5.2 / Analyse descriptive du groupe B (votants par Internet dans 44 municipalités)

	Minimum	Maximum	Moyenne	Écart-type
Habitude de vote	1	4	3,41	0,67
Nouvel électeur	0	1	0,04	0,19
Internet 2003	0	1	0,11	0,32
Internet 2006	0	1	0,08	0,27
Internet 2010	0	1	0,13	0,34
Électeur souffrant d'un handicap	0	1	0,06	0,25
Fréquence d'accès à Internet	1	7	6,61	0,76
Niveau de connaissance informatique	1	5	4,14	0,79
N'a pas de connexion rapide	0	1	0,02	0,12
Réside en ville	0	1	0,30	0,46
Âge	18	99	52,53	14,27
Âge au carré	324	9 801	2 963,33	1 456,09
Homme	0	1	0,45	0,50
Diplôme universitaire	0	1	0,48	0,50
Diplôme secondaire et moins	0	1	0,12	0,32
Marié	0	1	0,71	0,46

Source: Jérôme Couture, adapté de Goodman et Pyman, 2016.

5.3 / Résultats

Le [tableau 5.3](#) présente une analyse de régression logistique afin de tester les hypothèses 1 et 2. La variable dépendante renvoie à la méthode de votation utilisée par les répondants des quatre villes du groupe A. Les répondants qui ont voté par Internet ont été codés 1 et les répondants qui ont voté sur un bulletin de vote papier à l'un des bureaux de scrutin ont été codés 0. Les résultats ont aussi été pondérés en fonction de la taille de l'électorat ainsi que de la méthode de votation. Dans la première colonne du [tableau 5.3](#), un coefficient de régression positif signifie que la variable est associée davantage au vote par Internet, alors qu'un

coefficient négatif montre plutôt une association avec le vote papier. La troisième colonne présente les effets marginaux. Ceux-ci doivent s'interpréter comme la probabilité qu'un électeur vote par Internet plutôt que de voter à l'un des bureaux de scrutin sur un bulletin de vote en format papier. Par ailleurs, le Pseudo- R^2 à 0,54 et le pourcentage de prédiction correcte à 91,2 montrent que le modèle présenté au [tableau 5.3](#) arrive à très bien prédire la méthode de votation du répondant.

Les résultats montrent que plus un électeur vote régulièrement aux élections, moins il a tendance à utiliser la méthode de votation par Internet. Cette relation va dans le sens de l'hypothèse soutenant que le vote par Internet favorise la participation des électeurs qui ne votent pas régulièrement aux élections. D'ailleurs, cette relation est significative au seuil de 1 pour 1000. L'effet marginal montre qu'un changement de 1 point dans l'échelle mesurant l'habitude de vote diminue la probabilité de voter par Internet de 6 points de pourcentage. Plus précisément, la [figure 5.1](#) illustre les effets marginaux tirés de l'analyse de régression logistique du [tableau 5.3](#), et ce, pour chacune des catégories de l'échelle de mesure de l'habitude de vote. Elle montre que l'effet le plus important touche les électeurs occasionnels, soit ceux qui auparavant n'avaient voté qu'à seulement quelques élections. La probabilité de voter par Internet est aussi un peu plus importante pour les électeurs qui n'avaient jamais voté auparavant. Toutefois, cette probabilité diminue fortement pour ceux qui votent dans la plupart ou dans toutes les élections.

Dans le même sens, les résultats du [tableau 5.3](#) montrent également que les nouveaux électeurs inscrits ont tendance à utiliser davantage le vote par Internet plutôt que le vote papier. Cette relation va dans le sens de l'hypothèse soutenant que le vote par Internet favorise la participation des nouveaux électeurs. Elle est significative au seuil de 1 pour 100. L'effet marginal montre que la probabilité qu'un

nouvel électeur inscrit vote par Internet est de 22 points de pourcentage supérieur à celle de voter à l'un des bureaux de scrutin.

Pour ce qui est des relations tirées de la littératie numérique, les résultats vont dans le sens des résultats présentés dans la littérature (Goodman *et al.*, 2017). En effet, les électeurs qui utilisent plus fréquemment Internet et qui ont une meilleure connaissance de l'informatique ont davantage tendance à voter par Internet plutôt qu'à voter en personne à l'un des bureaux de scrutin. Ces deux relations sont statistiquement significatives au seuil de 1 pour 1000. Les effets marginaux montrent qu'un changement de 1 point dans l'échelle de fréquentation d'Internet augmente la probabilité de voter en ligne de 7 points de pourcentage, et que l'augmentation de 1 point sur l'échelle de connaissance de l'informatique augmente la probabilité de voter par Internet de 16 points de pourcentage.

**TABLEAU 5.3 / Régression logistique du groupe A
(Sudbury, Markham, Guelph, Springwater)**

Variable dépendante 1 = électeur Internet 0 = électeur papier	Coefficient de régression (b)	Erreur type (E.T.)	Effet marginal (Dy/Dx)
Constante	-15,58***	(1,25)	
Variable indépendante			
Habitude de vote	-0,61***	(0,14)	-0,06***
Nouvel électeur	1,44**	(0,51)	0,22*
Fréquence d'accès à Internet	0,78***	(0,06)	0,07***
Niveau de connaissance informatique	1,76***	(0,08)	0,16***
N'a pas de connexion rapide	0,36	(0,45)	—
Réside en ville	-0,84***	(0,18)	-0,08***
Âge	0,26***	(0,03)	0,02***
Âge élevé au carré	-0,002***	(0,0002)	-0,0002***
Électeur souffrant d'un handicap	0,02	(0,24)	—
Homme	-0,11	(0,16)	—
Diplôme universitaire	0,04	(0,02)	—
Diplôme secondaire et moins	-0,36	(0,30)	—
Marié	-0,24	(0,19)	—
Guelph	-0,40**	(0,14)	-0,03**
Markham	-2,87***	(0,17)	-0,29***
Springwater	-1,27***	(0,21)	-0,08***
N			6 304
Pseudo-R ²			0,54
Pourcentage de prédictions correctes			91,2
Log de vraisemblance			-1696,86
Wald Chi ²			958,00***

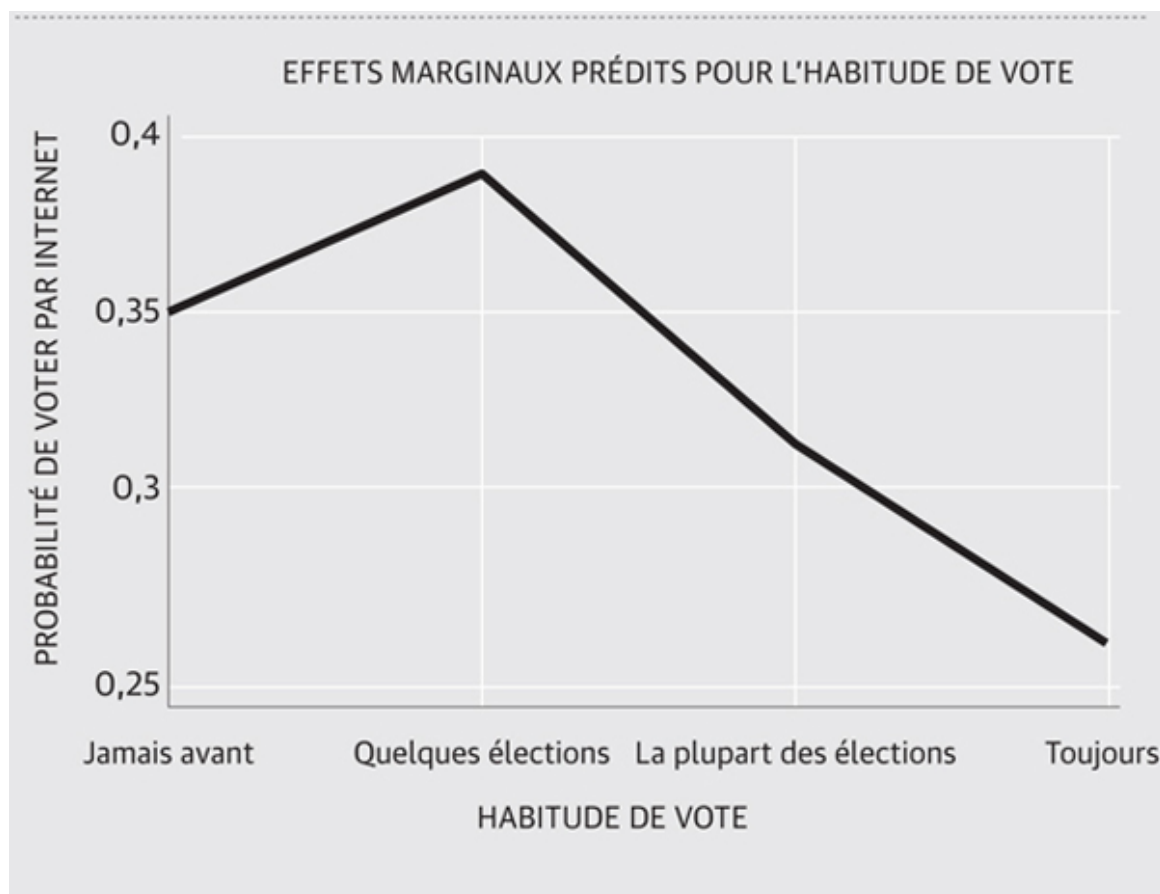
* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Pour ce qui est des autres variables de contrôle, trois d'entre elles présentent des résultats significatifs du point de vue statistique. D'abord, le fait de résider dans un secteur urbanisé plutôt que dans un secteur rural ou en banlieue a un effet sur la méthode de votation. En effet, les électeurs qui

résident en ville ont davantage tendance à voter à l'un des bureaux de scrutin plutôt qu'à voter en ligne. Ce résultat est congruent avec la théorie de l'électeur rationnel. En effet, la distance de déplacement vers le bureau de scrutin est généralement plus faible pour les électeurs en milieu urbain, ce qui diminue les coûts du vote. Ainsi, un coût du vote plus faible diminue l'intérêt d'utiliser le vote à distance pour ces électeurs.

Par ailleurs, les résultats montrent que l'âge et l'âge élevé au carré présentent une relation statistiquement significative avec la méthode de votation. De plus, la relation avec l'âge est positivement liée au vote par Internet, alors que l'âge élevé au carré y est négativement associé. Cela témoigne d'une relation curvilinéaire entre l'âge de l'électeur et la méthode de votation. Plus précisément, plus un électeur est âgé et plus sa probabilité de voter par Internet est importante. Toutefois, pour les électeurs les plus âgés, cette relation tend alors à s'inverser, c'est-à-dire que les électeurs les plus âgés ont moins tendance à voter par Internet. La découverte de cette relation n'est pas nécessairement contre-intuitive. En fait, une relation curvilinéaire entre l'âge et la participation électorale est fréquemment trouvée dans la littérature (Smets et Van Ham, 2013). En effet, puisque les électeurs plus âgés votent généralement davantage que les électeurs plus jeunes, il est cohérent que les électeurs âgés votent aussi davantage par Internet que ceux plus jeunes. Il est également cohérent que cette relation puisse s'inverser au même titre pour les électeurs très âgés. Ce résultat est d'autant plus intéressant que notre analyse montre que les nouveaux électeurs ont tendance à davantage voter par Internet. Il est donc envisageable qu'à terme, cette relation puisse aussi s'inverser à mesure que les nouveaux électeurs occuperont une part de plus en plus importante de l'électorat.

Figure 5.1 / **Effets marginaux entre la méthode de votation et l'habitude de vote estimés d'après la régression logistique du [tableau 5.3](#)**



Finalement, plusieurs variables de contrôle se trouvent à ne pas être statistiquement significatives. C'est notamment le cas pour les personnes souffrant d'un handicap, qui n'ont pas tendance à voter davantage par Internet. Ce résultat est surprenant compte tenu des résultats d'une récente recherche liant la santé et la participation politique en ligne (Couture et Breux, 2017). Enfin, l'éducation et le sexe n'ont également pas d'effet sur la méthode de votation. Maintenant, voyons si l'effet du vote par Internet sur les électeurs occasionnels et les nouveaux votants est un effet durable ou plutôt attribuable à un effet de nouveauté.

Le [tableau 5.4](#) présente une régression logistique multinominale. La variable dépendante est l'habitude de vote chez les répondants qui ont voté par Internet en 2014 dans les 44 municipalités ontariennes du groupe B. Les coefficients de régression doivent s'interpréter par rapport à la catégorie de référence, qui est celle des répondants qui ont l'habitude de voter à toutes les élections. Nous cherchons ici à savoir si dans les municipalités qui offrent depuis plusieurs élections le vote par Internet, la composition de l'électorat des votants par Internet est différente sur le plan de l'habitude de vote par rapport aux municipalités qui ont offert pour la première fois le vote par Internet en 2014. L'hypothèse 3 soutient qu'il y aura moins d'électeurs occasionnels qui ont voté par Internet dans les municipalités qui offrent le vote par Internet depuis plus d'une élection. Un tel résultat s'interprète comme étant un effet de nouveauté, c'est-à-dire que l'attrait pour ce mode de votation pour les électeurs occasionnels diminue avec le temps. On s'attend donc à un coefficient négatif pour les trois premières variables du [tableau 5.4](#), qui mesurent l'appartenance d'un répondant à une municipalité qui offre le vote par Internet depuis 2003, 2006 ou encore 2010. Ces coefficients doivent s'interpréter par rapport aux répondants qui résident dans une municipalité qui a offert le vote par Internet pour la première fois en 2014. C'est effectivement ce que nous découvrons, mais notons que cet effet de nouveauté est très faible.

TABEAU 5.4 / Régression logistique multinominale sur l'habitude de vote (groupe B; 44 municipalités)

Valeur de référence: Vote toujours	Jamais avant			Quelques élections			La plupart des élections		
	b	(E.T.)	Dy/Dx	b	(E.T.)	Dy/Dx	b	(E.T.)	Dy/Dx
Constante	2,26**	(0,72)	—	-1,43**	(0,45)	—	-1,03***	(0,23)	—
Internet 2003	0,02	(0,18)	—	-0,28**	(0,11)	-0,01	-0,17***	(0,05)	-0,03
Internet 2006	-0,67*	(0,33)	-0,01	-0,09	(0,13)	—	-0,03	(0,06)	—
Internet 2010	-0,15	(0,18)	—	-0,29**	(0,10)	-0,01	-0,03	(0,05)	—
Accès	-0,09	(0,09)	—	-0,10*	(0,05)	-0,01	0,01	(0,02)	—
Connaissance	0,10	(0,09)	—	-0,04	(0,05)	—	-0,09***	(0,02)	-0,02
Connexion	0,15	(0,48)	—	-0,54	(0,32)	—	-0,001	(0,13)	—
Ville	0,16	(0,13)	—	-0,002	(0,07)	—	-0,11**	(0,03)	-0,03
Âge	-0,14***	(0,02)	-0,002	0,09***	(0,01)	0,004	0,06***	(0,01)	0,01
Âge ²	0,0008***	(0,00)	—	-0,001***	(0,00)	—	-0,001***	(0,00)	—
Handicap	0,02	(0,25)	—	0,26*	(0,12)	0,01	0,07	(0,06)	—
Homme	-0,08	(0,12)	—	-0,14*	(0,06)	-0,01	-0,11**	(0,03)	-0,02
Universitaire	-0,59***	(0,14)	-0,01	-0,45	(0,07)	-0,02	-0,08*	(0,03)	-0,01
Secondaire	0,62***	(0,16)	0,01	0,35***	(0,10)	0,02	0,05	(0,05)	—
Marié	-0,33*	(0,15)	-0,003	-0,50	(0,07)	-0,02	0,20***	(0,04)	-0,03
(N)	(21 242)								
Pseudo-R ²	0,04								

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

En effet, plusieurs des coefficients sont négatifs et statistiquement significatifs. Par exemple, on retrouve moins d'électeurs ayant voté par Internet qui n'avaient jamais voté auparavant dans les municipalités offrant le vote par Internet depuis 2006. Il en est de même pour ceux qui n'ont voté que dans quelques élections. Ceux-ci sont moins nombreux dans les municipalités qui offrent le vote par Internet depuis 2003 ou depuis 2010. Toutefois, les effets marginaux de la colonne Dy/Dx montrent que cet effet de nouveauté sur la composition de l'électorat des votants par Internet est très faible, soit entre 1 et 3 points de pourcentage. Cela signifie qu'en matière d'habitude de vote, la composition de l'électorat des votants par Internet est inférieure de seulement 1 à 3 points de pourcentage chez les électeurs occasionnels dans les municipalités qui offrent le vote par Internet depuis deux élections ou plus par rapport aux municipalités qui offrent pour la première fois ce mode de votation.

Le [tableau 5.5](#) réalise le même exercice, mais pour tester l'hypothèse 3 sur la composition de l'électorat des votants par Internet en axant cette fois sur les nouveaux électeurs inscrits. Encore une fois, pour qu'un effet de nouveauté soit découvert, il faut que les coefficients des trois premières variables, qui mesurent l'appartenance d'un répondant à une

municipalité qui offre le vote par Internet depuis 2003, 2006 ou encore 2010, soient négatifs. Au contraire, les résultats montrent plutôt qu'il n'y a pas d'effet de nouveauté. Aucun coefficient n'est négatif et statistiquement significatif. Cela signifie qu'il y a autant de nouveaux électeurs ayant voté par Internet dans les municipalités qui offrent le vote par Internet depuis plusieurs élections que dans celles qui l'offrent pour la première fois.

5.4 / Discussion

Les résultats montrent que plus un électeur vote régulièrement aux élections, moins il a tendance à utiliser la méthode de votation par Internet. Cette relation va dans le sens de l'hypothèse soutenant que le vote par Internet favorise la participation des électeurs qui ne votent pas régulièrement aux élections. Deux questions sont pertinentes à propos de ce résultat.

TABEAU 5.5 / Régression logistique sur les nouveaux électeurs inscrits (groupe B; 44 municipalités)

Variable dépendante: 1 = Nouvel électeur 0 = Autres électeurs	b	(E.T.)	Dy/Dx
Constante	4,39***	(0,69)	—
Internet 2003	0,03	(0,13)	
Internet 2006	0,14	(0,19)	—
Internet 2010	0,05	(0,13)	—
Accès	0,22*	(0,09)	0,003
Connaissance	0,12	(0,07)	—
Ville	0,20*	(0,09)	0,002
Âge	-0,38***	(0,02)	-0,01
Âge ²	0,003***	(0,0002)	0,00004
Handicap	-0,36	(0,21)	—
Homme	0,13	(0,09)	
Universitaire	-0,26**	(0,14)	-0,003
Secondaire	0,20	(0,14)	—
Marié	-0,04	(0,11)	—
N	20 896		
Pseudo-R ²	0,34		
Prédictions correctes	97,5		

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

D'une part, ce résultat soulève des interrogations quant aux caractéristiques du contexte municipal canadien. En effet, la spécificité de l'échelle municipale canadienne, en comparaison avec l'échelle nationale, n'est plus à démontrer. On retient généralement trois caractéristiques précises: a) une participation électorale relativement faible en dépit de grandes variations selon la taille de la municipalité (Breux, Couture et Goodman, 2016); b) l'absence de partis politiques, malgré la présence sporadique de partis politiques municipaux au Québec et en Colombie-Britannique (Couture, Breux et Bherer, 2017) et, enfin; c) une faible qualité de l'information politique et une difficile circulation de celle-ci (Cutler et Matthews, 2005). Ces différents éléments

contribueraient à faire du vote à l'échelle municipale un acte coûteux pour l'électeur. En effet, la scène municipale demeure difficilement lisible et cela expliquerait – en partie – la faible mobilisation électorale à cette échelle de gouvernement. Le vote par Internet, en réduisant le déplacement et le temps consacrés à l'acte de voter, constituerait donc un outil des plus intéressants pour l'échelle municipale, puisqu'il permettrait de réduire le coût du vote dans un contexte où celui-ci est élevé. Un tel élément conduit même à s'interroger sur la spécificité éventuelle de l'implication du vote par Internet à l'échelle municipale. Dans les contextes électoraux où le vote est susceptible d'être un acte moins coûteux pour l'électeur, dans quelle mesure le vote par Internet permet-il d'aller chercher ces électeurs occasionnels? Il semble logique que le vote par Internet motive la frange des votants dits «occasionnels». En effet, ceux qui votent régulièrement aux élections ont possiblement moins tendance à envisager le vote comme étant une tâche difficile ou un fardeau. Dans le même sens, les électeurs occasionnels perçoivent probablement le vote comme étant un acte coûteux en temps et en efforts (Hassel et Settle, 2017). Toutefois, cette technique de votation ne résout que partiellement le problème de l'abstentionnisme. En effet, si ceux qui s'abstiennent ne considèrent pas l'acte de voter comme étant un devoir (Riker et Ordeshook, 1968), il est alors envisageable que le vote par Internet n'ait peu ou pas d'effet sur la participation. La baisse dans le coût du vote serait insuffisante pour compenser le faible sentiment de devoir chez ces électeurs, d'autant plus que le coût du vote inclut également l'effort de s'informer pour être en mesure d'effectuer un choix. Pour ce faire, l'électeur à l'échelle municipale dispose bien souvent d'une information limitée.

D'autre part, quels sont les sens, les valeurs et les symboles associés à l'acte de voter par Internet? On sait que l'acte de voter recouvre tout un symbolisme et fait partie

d'une sorte de rituel. Dans le contexte français, Monnoyer-Smith (2007, p. 141) souligne que le

rituel du vote est à la fois un système de contraintes, un ensemble de procédures et une construction symbolique cristallisant un ensemble de croyances. Il est le produit d'une convention sociale qui établit un équilibre entre une conception de la république, une construction de la citoyenneté et une vision de l'ordre social.

Que reste-t-il de ce symbolisme quand l'acte de voter se résume à une interface avec un appareil? À ce sujet, les études demeurent contradictoires. Un ensemble de critiques quant à l'utilisation du vote en ligne se fait d'ailleurs entendre. Pour certains, l'isolement de l'électeur créé par le vote par Internet néglige l'importance que peut revêtir le contexte social de l'électeur sur sa décision de voter et son choix (Faucher et Hay, 2015). Pour d'autres, les pratiques politiques des citoyens ont évolué, si bien que les nouvelles méthodes de votation témoignent «de la volonté de redéfinition de la citoyenneté en quête d'une nouvelle matérialité et de nouveaux rituels post-modernes»; ainsi, «le citoyen de l'ère numérique ne correspond plus à l'image que lui renvoie la procédure traditionnelle du vote» (Monnoyer-Smith, 2007, p. 144). Est-ce pour cela que dans notre échantillon, les nouveaux électeurs inscrits ont davantage tendance à utiliser le vote par Internet plutôt que le vote papier? Est-ce que cela est susceptible d'expliquer que les électeurs qui ont l'habitude de voter se réfèrent davantage au vote papier, confirmant une habitude de vote ancienne et correspondant à des rituels et symboliques spécifiques?

D'autres encore appuient l'idée que «les systèmes de vote en ligne ont été élaborés par des entreprises privées à la recherche de débouchés dans le secteur» (Monnoyer-Smith, 2007, p. 141). Comme toute technique, l'implantation du

vote par Internet n'est pas neutre et ses limites, notamment en matière de sécurité, ont été déjà maintes fois soulignées. Malgré ses bénéfices annoncés et souhaités, des inquiétudes subsistent à propos du vote par Internet, rejoignant les enjeux de la cybernétisation de notre environnement. La sécurité est à ce titre l'un des sujets de préoccupation. La principale crainte est une falsification des résultats d'une élection. D'autres préoccupations portent sur la fraude électorale, plus précisément sur le fait que l'électeur qui vote n'est pas celui identifié comme tel dans la liste électorale. En effet, l'usurpation de l'identité des votants est plus facile à réaliser lorsque le vote se fait à distance. Cette usurpation peut même être volontaire si elle résulte de la vente d'un vote à un tiers. Elle peut également résulter d'une manœuvre coercitive ou d'un piratage. Plus simplement encore, l'un des membres d'une famille peut avoir accès au courrier et pourrait alors voter pour l'un de ses proches. De nombreuses municipalités ont d'ailleurs cherché à dissuader de tels comportements en affermissant les sanctions contre la fraude électorale ainsi qu'en mettant sur pied un programme de sensibilisation (Goodman, 2017).

La privatisation du processus électoral a également été soulevée comme posant un problème. Une entreprise privée qui fournit des services technologiques pour l'organisation des élections a accès aux informations à propos des électeurs inscrits sur la liste électorale. Cela a des implications sur le plan éthique. La participation des entreprises privées peut influencer la confiance du public envers le processus électoral. En effet, les électeurs peuvent être préoccupés par la manière dont ces entreprises traitent leurs votes, mais aussi par la manière dont elle traite leurs renseignements personnels (Goodman, 2017).

Par ailleurs, s'assurer que le vote demeure anonyme, mais vérifiable une fois qu'il a été transmis est également un défi technique et un enjeu de sécurité (Goodman, 2017). À ce sujet, selon le sondage de l'Internet Voting Project présenté

dans ce chapitre, 37% des répondants ont cité cet élément de sécurité du processus de vote par Internet comme étant la principale préoccupation à propos de ce mode de votation. Toutefois, 32% ont aussi déclaré n'avoir aucune préoccupation envers ce mode de votation. Ce sondage montre également que les électeurs souhaitent majoritairement que le vote sur Internet soit offert en tant que méthode de vote complémentaire. Les électeurs le perçoivent aussi comme étant moins risqué que les autres méthodes de vote à distance, comme le fait de voter par courrier ou par téléphone (Goodman et Pyman, 2016).

Une autre limite importante est bien entendu celle de la fracture numérique. Nos résultats confirment ceux de Goodman, McGregor, Couture et Breux (2017). En effet, les électeurs qui utilisent plus fréquemment Internet et qui ont une meilleure connaissance de l'informatique ont davantage tendance à voter par Internet plutôt qu'à voter en personne à l'un des bureaux de scrutin. Cette méthode de votation n'est donc pas neutre et pourrait affecter la composition de l'électorat.

Pour finir, les résultats du cas canadien présentés dans ce chapitre sont-ils différents de ceux réalisés dans d'autres contextes? Selon nous, le cas canadien ne semble pas se distinguer fortement des autres cas. D'une part, le fait que le vote par Internet réussisse à toucher plus directement les votants occasionnels a déjà été montré dans les cas estonien et suisse. Cela peut donc contribuer à limiter le déclin de la participation. Par contre, le fait que les nouveaux inscrits choisissent davantage le vote par Internet et que l'effet de nouveauté entre peu en ligne de compte demeure une avenue de recherche à creuser. Est-ce que cela témoigne d'une redéfinition de la citoyenneté? Si oui, cela implique alors de lancer une réflexion plus large sur les moyens utilisés par les électeurs ainsi que par les candidats d'aujourd'hui pour recevoir et diffuser de l'information.

ANNEXE 5.1 /

**Liste des villes participantes et distribution des cas
pour ces villes**

Ville	Début du vote par Internet	Nombre de répondants (groupe B)
North Dundas	2003	227
North Glengarry	2003	215
North Stormont	2003	156
South Dundas	2003	261
South Glengarry	2003	407
South Stormont	2003	324
Sudbury	2014	2 664
Grimsby	2014	597
Kenora	2014	763
Leamington	2014	742
Kingsville	2014	813
Tecumseh	2014	918
Markham	2003	1 423
Burlington	2010	1 812
Cambridge	2014	782
Guelph	2014	1 847
Laurentian Valley	2010	106
Port Hope	2010	313
Quinte West	2014	265
West Perth	2014	135
Renfrew	2010	122
Addington Highlands	2006	153
Ajax	2014	3 216
Archipelago	2006	191
Brockville	2010	907
Carling	2010	172
Cobourg	2006	1 107
Frontenac Islands	2014	148
Lucan-Biddulph	2014	144
McKellar	2014	174
Minden Hills	2014	671
Mulmur	2014	171
North Frontenac	2014	285
Shuniah	2014	259

South Frontenac	2006	851
Southwest Middlesex	2014	190
Strathroy-Caradoc	2014	659
Wasaga Beach	2014	1 025
West Elgin	2010	114
Central Huron	2014	197
Deep River	2014	386
Huron East	2014	227
Springwater	2014	379
Middlesex Center	2014	183

Source: Jérôme Couture, adapté de Goodman et Pyman, 2016.

Bibliographie

ALVAREZ, R.M. et T.E. HALL (2004). *Point, Click, and Vote: The Future of Internet Voting*, Washington, DC, Brookings Institution Press.

ALVAREZ, R.M., T.E. HALL et A. TRECHSEL (2009). «Internet voting in comparative perspective: The case of Estonia», *PS: Political Science et Politics*, vol. 42, n° 3, p. 497-505.

BOCHSLER, D. (2010). *Can Internet Voting Increase Political Participation*, communication présentée à Internet and Voting Conference, Fiesole, Italy.

BREUER, F. et A. TRECHSEL (2006). *Internet Voting in the October 2005 Local Elections in Estonia*, <https://www.coe.int/t/dgap/goodgovernance/Activities/E-voting/EVoting_Documentation/PDF-FinalReportCOE_EvotingEstonia2005.pdf>, consulté le 15 août 2017.

BREUX, S., J. COUTURE et N. GOODMAN (2016). «Fewer voters, higher stakes? The applicability of rational choice for voter turnout in Quebec municipalities», *Environment and Planning C: Government and Policy*, vol. 35, n° 6, p. 990-1009.

BREUX, S. et J. DIAZ (2016). *La ville intelligente. Origine, définitions, forces et limites d'une expression polysémique*, rapport déposé à la Ville de Repentigny, INRS-UCS.

- CHEVALLIER, M. (2009). «Internet voting, turnout and deliberation: A study», *Electronic Journal of e-Government*, vol. 7, n° 1, p. 29-44.
- COUTURE, J. et S. BREUX (2017). «Differentiated effect of health on political participation», *European Journal of Public Health*, doi: 10.1093/eurpub/ckw245.
- COUTURE, J., S. BREUX et L. BHERER (2017). «Political accountability and responsiveness: What is the role of municipal political parties?», dans S. Breux et J. Couture (dir.), *Accountability and Responsiveness at the Municipal Level. Views from Canada*, Montréal/Kingston, McGill-Queen's University Press, sous presse.
- CUTLER, F. et J.S. MATTHEWS (2005). «The challenge of municipal voting: Vancouver 2002», *Canadian Journal of Political Science*, vol. 38, n° 2, p. 359-382.
- DELVINIA (2011). *eDemocracy and Citizen Engagement: The Delvinia Report on Internet Voting in City of Markham*, <<https://www.slideshare.net/delviniainteractive/delvinia-dig-issue3internetvotingreport201109>>, consulté le 15 août 2017.
- DOWNS, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*, New York, Harper and Row.
- FAUCHER, F. et C. HAY (2015). «Les rituels de vote en France et au Royaume-Uni», *Revue française de science politique*, vol. 65, n° 2, p. 213-236.
- GERMANN, M. et U. SERDÜLT (2017). «Internet voting and turnout. Evidence from Switzerland», *Electoral Studies*, vol. 47, n° 1, p. 1-12.
- GOODMAN, N. (2017). *Online Voting: A Path Forward for Federal Elections in Canada*, Ottawa, Privy Council Office.
- GOODMAN, N., M. MCGREGOR, J. COUTURE et S. BREUX (2017). «Digital disenfranchisement: Considering the effects of eliminating paper voting in local elections», *Policy & Internet*, sous presse.
- GOODMAN, N. et J.H. PAMMETT (2014). «The patchwork of Internet voting in Canada», communication présentée à Electronic Voting: Verifying the Vote (EVOTE), 6th International Conference Proceedings I.E.E.E., Lochau, <<http://ieeexplore.ieee.org/document/7001134/>>, consulté le 15 août 2017.
- GOODMAN, N., J.H. PAMMETT et J. DEBARDELEBEN (2010). *A Comparative Assessment of Electronic Voting*, <<http://www.elections.ca/content.aspx?>

[section=res&dir=rec/tech/ivote/comp&document=index&lang=e>](#), consulté le 15 août 2017.

GOODMAN, N. et H. PYMAN (2016). *Internet Voting Project Report: Results from the 2014 Ontario Municipal Elections*, <http://www.centreofdemocracy.com/wp-content/uploads/2016/08/IVP_Report.pdf>, consulté le 15 août 2017.

GOODMAN, N. et L.C. STOKES (2017). *Reducing the Cost of Voting: An Empirical Evaluation of Internet Voting's Effect on Turnout*, <<https://ssrn.com/abstract=2849167>>, consulté le 15 août 2017.

GRONKE, P., E. GALANES-ROSEMBAUM, P.A. MILLER et D. TOFFEY (2008). «Convenience voting», *Annual Review of Political Science*, vol. 11, n° 1, p. 437-455.

HASSEL, H. et J. SETTLE (2017). «The differential effects of stress on voter turnout», *Political Psychology*, vol. 38, n° 3, p. 533-550.

HILL, L. (2006). «Low voter turnout in the United States. Is compulsory voting a viable solution?», *Journal of Theoretical Politics*, vol. 18, n° 2, p. 207-232.

LAGROYE, J. (1997). *Sociologie politique*, Paris, Presses de Science Po et Dalloz.

LOISEAU, H. (2016). «L'humain, grand oublié du phénomène cyber? Pistes de réflexion pour la cybersécurité», dans R. Garon (dir.), *Penser la guerre au futur*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 249-264.

MONNOYER-SMITH, L. (2007). «Derrière l'urne, le citoyen: les rituels de vote sont-ils intangibles?», dans A. Dahmani, J. Do-Nascimento, J.-M. Ledjou et J.-J. Gabas (dir.), *La démocratie à l'épreuve de la société numérique*, Paris, Gemdev/Karthala, p. 139-148.

NORRIS, P. (2004). «Will new technology boost turnout? Evaluating experiments in UK Local elections», dans N. Kersting et H. Baldersheim (dir.), *Electronic Voting and Democracy*, Londres, Palgrave Macmillan, p. 193-225.

RIKER, W.H. et P.C. ORDESHOOK (1968). «A theory of the calculus of voting», *American Political Science Review*, vol. 62, n° 1, p. 25-42.

SCIARINI, P., A. CAPPELLETTI, A. GOLDBERG, A. NAI et A. TAWFIK (2013). *Étude du vote par Internet dans le Canton de Genève*, <http://ge.ch/vote-electronique/media/site_vote-electronique/files/imce/doc_rapports/rapport-final-sciarini-vote-par-internet.pdf>, consulté le 15 août 2017.

- SEGAARD, S.B., H. BALDERSHEIM et J. SAGLIE (2013). «The Norwegian trial with internet voting: Results and challenges», *Revista General de Derecho Publico Comparado*, vol. 13, n° 413547.
- SERDÜLT, U., M. GERMANN, F. MENDEZ et A. PORTENIER (2015). «Who are the Internet voters?», dans E. Tambouris (dir.), *Innovation and the Public Sector, Electronic Government*, IOS Press Ebooks, vol. 22, p. 27-41.
- SMETS, K. et C. VAN HAM (2013). «The embarrassment of riches? A meta-analysis of individual-level research on voter turnout», *Electoral Studies*, n° 32, p. 344-359.
- SOLOP, F.I. (2001). «Digital democracy comes of age: Internet voting and the 2000 Arizona democratic primary election», *PS: Political Science and Politics*, vol. 34, n° 2, p. 289-293.
- SOLVAK, M. et K. VASSIL (2016). *E-voting in Estonia: Technological Diffusion and Other Developments Over Ten Years (2005-2015)*, Tallinn, University of Tartu.
- SPADA, P., J. MELLON, T. PEIXOTO et M. SJOBERG (2016). «Effects of the Internet on participation: Study of a public policy referendum in Brazil», *Journal of Information Technology and Politics*, vol. 13, n° 3, p. 187-207.
- TRECHSEL, A. (2007). «E-voting and electoral participation», dans C. de Vreese (dir.), *Dynamics of Referendum Campaigns – An International Perspective*, London, Palgrave, p. 159-182.
- TRECHSEL, A.H. et K. VASSIL (2010). *Internet Voting in Estonia: A Comparative Analysis of Five Elections since 2005*, <[http://www.vvk.ee/public/dok/Report - E-voting in Estonia 2005-2009.pdf](http://www.vvk.ee/public/dok/Report_-_E-voting_in_Estonia_2005-2009.pdf)>, consulté le 15 août 2017.

1 La e-gouvernance renvoie souvent à la numérisation de l'administration publique, tandis que le e-gouvernement fait référence au vote par Internet, du moins au sein des écrits abordant l'étendue des domaines touchés par la ville intelligente (Breux et Diaz, 2016).

2 Ces expérimentations se sont toujours réalisées dans des contextes juridiquement contraignants.

3 Pour en savoir plus: <<http://www.internetvotingproject.com>>, consulté le 15 août 2017.

CHAPITRE 6 /

La publicité politique négative sur Internet au Canada

Quand les conservateurs ont ouvert le feu sur les chefs libéraux

Charles-Antoine Millette

Lors de la campagne présidentielle américaine de 2016, le candidat républicain Donald Trump a exposé sur le site Internet «lyingcrookedhillary.com» les 10 mensonges les plus célèbres de son opposante démocrate Hillary Clinton. Aux États-Unis, les sites Web mis en ligne pour attaquer l'adversaire ont fait leur apparition lors de l'élection présidentielle de 2000 (West, 2014, p. 62). Cette pratique a fait son entrée sur la scène politique fédérale canadienne dans les semaines qui ont précédé le scrutin de 2004, quand le Parti libéral du Canada (PLC), alors dirigé par Paul Martin, a mis en ligne le site Internet «stephenharpersaid.ca» dans le but de discréditer le chef du Parti conservateur du Canada (PCC), Stephen Harper (Small, 2004, p. 203). Les conservateurs ont alors répliqué promptement en diffusant la page «teammartinsaid.ca» (Flanagan, 2009, p. 170). Depuis, le PCC a eu recours à la publicité politique négative en ligne dans le but de ternir l'image des trois plus récents chefs du PLC au moment où celui-ci formait l'opposition officielle. Les conservateurs se sont plus précisément attaqués à Stéphane Dion, à Michael Ignatieff et à Justin Trudeau «bien avant le déclenchement

des campagnes électorales auxquelles ils ont participé» (Gingras, 2013, p. 316), c'est-à-dire, en fait, dès le lendemain de leur victoire dans la course à la direction du PLC.

L'objectif de ce chapitre est double. Premièrement, il souhaite contribuer à l'étude du cyberspace en sciences sociales en analysant un phénomène empirique, ce qui nous permettra de répondre à la question suivante: quels sont les changements sociaux et politiques induits par l'arrivée puis l'omniprésence du cyberspace dans les sociétés occidentales? En d'autres mots, nous voulons illustrer les transformations engendrées par le cyberspace dans la pratique de la publicité politique négative sur la scène fédérale au Canada depuis 2004, et plus particulièrement à partir de 2007. Deuxièmement, il veut apporter une contribution en français à l'étude de la publicité politique au Canada, car la littérature récente y étant consacrée provient essentiellement du Canada anglais.

La première section de ce chapitre vise tout d'abord à présenter un état des connaissances sur la publicité politique négative en ligne. La deuxième partie se consacre ensuite à la présentation d'une étude de cas sur le recours à la publicité politique négative en ligne par les conservateurs depuis 2007 pour discréditer les chefs libéraux entre les élections. La troisième partie sera enfin l'occasion de répondre à la question citée plus haut et de situer notre analyse dans le tableau du troisième chapitre de cet ouvrage (voir le [tableau 3.1](#)).

6.1 / La publicité politique négative sur Internet: un état des connaissances

La publicité politique négative a fait son apparition à la télévision lors de la campagne présidentielle américaine de

1952 avec la diffusion de la publicité «Platform Double Talk» (Geer, 2006, p. 118). Diffusée par le démocrate Adlai Stevenson, cette publicité visait à critiquer les républicains en attirant l'attention des électeurs sur leurs positions contradictoires quant aux enjeux de politique étrangère. Les publicités négatives «Daisy Girl», que l'on surnomme «Peace Little Girl» (Chanselor, 2008), et «Willie Horton», qui ont été respectivement diffusées par le candidat démocrate Lyndon B. Johnson lors de la campagne présidentielle de 1964 et par le candidat républicain George H. W. Bush en 1988, figurent parmi les plus marquantes à avoir été diffusées à la télévision depuis les années 1950 aux États-Unis. Le recours à la publicité négative ne cesse d'augmenter dans le cadre des campagnes présidentielles américaines contemporaines (Kaid, 2009, p. 218; Tedesco et Dunn, 2014, p. 86; Wayne, 2016, p. 228), dans la mesure où 21% des publicités électorales visaient exclusivement à attaquer l'adversaire en 2000, comparativement à 46% en 2004, 51% en 2008 et 64% en 2012 (Wesleyan Media Project, 2016). L'élection présidentielle de 2016 fait toutefois exception à la règle avec 52% (Fowler, Ridout et Franz, 2016, p. 457).

Au Canada, la publicité politique négative télévisée a fait son entrée sur la scène politique fédérale à la fin des années 1970 (Fletcher, 1981, p. 289-291). Lors de la campagne électorale de 1988, quand «la tendance à la négativité s'est affirmée» au Canada (Monière, 2008, p. 75), les libéraux de John Turner ont diffusé la publicité négative «Erasing the Border» afin de critiquer les progressistes-conservateurs de Brian Mulroney à propos du libre-échange avec les États-Unis (Clarkson, 2005, p. 150-151; Taras, 1990, p. 217-219). La publicité montrait un négociateur américain effacer la frontière entre le Canada et les États-Unis sur une carte géographique (Paquin et Kirouac, 2014, p. 75) afin d'illustrer les effets néfastes du libre-échange,

qui venait menacer les programmes sociaux et la souveraineté du Canada (Monière, 1998, p. 132). Lors du scrutin de 1993, le parti progressiste-conservateur du Canada (PC), alors dirigé par Kim Campbell, a diffusé les publicités négatives «Is This a Prime Minister?» et «I'd Be Embarrassed» pour ridiculiser le chef libéral Jean Chrétien en mettant l'accent sur sa bouche déformée par une paralysie depuis l'enfance (Gosselin et Soderlund, 1999, p. 33). En raison de leur agressivité, ces publicités négatives se sont retournées contre les progressistes-conservateurs, à la manière d'un boomerang (Nadeau et Bastien, 2003, p. 179), ce qui a sans aucun doute contribué à leur débâcle électorale (Martin, 2005, p. 264). Diffusées par les libéraux lors de l'élection de 2004, les publicités négatives «Conservative Deficits», «Hidden Harper» et «Harper and the Conservatives» s'attaquaient à la crédibilité du chef du PCC, Stephen Harper (Brooks, 2007, p. 364-365). Ces publicités avaient pour objectif de susciter un sentiment de peur au sein de la population canadienne en émettant l'hypothèse que l'élection des conservateurs pourrait avoir un effet catastrophique pour le Canada (Jeffrey, 2010, p. 515).

Selon André Gosselin (1997, p. 11), la publicité politique négative télévisée permet de «mettre en relief les faiblesses de l'adversaire quant à sa personnalité, ses réalisations et ses positions, pour mieux le discréditer auprès du public ou de l'électorat». D'après la typologie élaborée par Kathleen Hall Jamieson, Paul Waldman et Susan Sherr (2000, p. 48), deux catégories de publicité négative existent. Ainsi, celles de type «contraste» sont utilisées pour critiquer l'adversaire et faire l'éloge du candidat émetteur, alors que celles de type «attaque», qui sont purement négatives, visent uniquement à critiquer l'adversaire (West, 2014, p. 65).

La publicité négative porte généralement sur les enjeux électoraux (Kaid et Johnston, 2001, p. 128), dans la mesure

où un candidat peut critiquer un adversaire sur l'ensemble de ses positions, sur un enjeu précis ou bien sur les effets de ses politiques (Khan et Kenney, 1999, p. 80-89). Elle permet également à un candidat de dénigrer son opposant en s'attaquant à certains traits de personnalité, comme la compétence, le leadership, l'intégrité ou l'empathie (Khan et Kenney, 1999, p. 89; Popkin, 2012, p. 36). Les recours à la peur, à l'humour, à la culpabilité par association et à l'étiquetage sont des stratégies fréquemment utilisées dans la publicité négative (Buell et Sigelman, 2009, p. 12; Kaid et Johnston, 2001, p. 128-129; Trent, Friedenberg et Denton, 2011, p. 156-157). Certaines publicités négatives vont même présenter des arguments fallacieux afin d'induire les électeurs en erreur (West, 2010, p. 95). Les techniques audiovisuelles les plus couramment utilisées dans la production de publicités négatives sont les suivantes: «*Quick cuts, use of black and white, dark colors, shadowed lightning, dark contrasts, videotape, the voice of a seemingly "neutral" announcer, and ominous music*» (Jamieson, 1992, p. 52).

Dans la littérature spécialisée, un débat a cours quant aux effets de la publicité négative (Small, 2012, p. 173). Ainsi, Stephen Ansolabehere et Shanto Iyengar (1995) ont démontré qu'elle entraîne la diminution du taux de participation, dans la mesure où elle a pour effet de démobiliser l'électorat (Krupnikov, 2011). Kim L. Fridkin et Parick J. Kenney (2012) croient que la publicité négative contribue plutôt à l'augmentation du taux de participation, mais qu'elle peut tout de même avoir un effet démobilisateur lorsqu'elle devient trop négative (*mudsligning*). De plus, la publicité négative risque d'avoir l'effet d'une épée à double tranchant (Mark, 2006, p. 167) pour le parti qui décide d'y recourir afin d'attaquer l'adversaire, car elle est «susceptible plus souvent qu'autrement de se retourner contre celui qui l'emploie»

(Nadeau et Bastien, 2003, p. 179). Cela étant dit, la publicité négative semble s'avérer nécessaire en démocratie (Buell et Sigelman, 2009, p. 7; Jamieson, Waldman et Sherr, 2000, p. 45), car les élections obligent les candidats à recourir à la négativité dans le but de se distinguer de leurs adversaires (Geer, 2006, p. 6).

La première utilisation d'Internet dans le cadre des campagnes présidentielles américaines remonte à 1996, lorsque les candidats ont diffusé pour la première fois du contenu sur leur site Web, comme une biographie, des publicités, des discours et des communiqués de presse (West, 2014, p. 59; Whillock, 1998). Quatre ans plus tard, les candidats George H. W. Bush et Al Gore ont eu recours à Internet dans le but d'attaquer leur adversaire, comme en témoignent les sites «gorewillsayanything.com» et «iknowwhatyoudidintexas.com», qui ont été respectivement développés par le Republican National Committee (RNC) et le Democratic National Committee (DNC) (West, 2014, p. 62; Whillock et Whillock, 2002). L'élection présidentielle de 2004 représente, quant à elle, un moment charnière (Williams, 2005, p. 241), puisque les candidats ont utilisé leur site Internet pour diffuser des publicités très négatives contre leur adversaire (Wiese et Gronbeck, 2005, p. 222): «*The biggest shift from earlier years was in the large number of attack ads featured on the Bush and Kerry sites. Both candidates used the Internet to publicize hard-hitting attacks on the opposition*» (West, 2014, p. 62). Selon David Mark (2006, p. 161), cette élection marque le passage des publicités les plus négatives de la télévision vers Internet.

Selon Lynda Lee Kaid (2006, p. 72-74), cinq types de publicité électorale ont été diffusés en ligne lors de cette campagne présidentielle, c'est-à-dire les sites Internet, les publicités télévisées ou imprimées, les publicités qui sont destinées au financement, les publicités diffusées uniquement sur le Web et les publicités sur les blogues.

Selon l'analyse comparative effectuée par Chris Roberts (2013, p. 30), les publicités diffusées uniquement sur Internet lors des campagnes présidentielles américaines de 2004 et 2008 étaient généralement plus négatives que les publicités télévisées: *«72% of web-only spots included attack themes, well above the 54,2% rate of TV ads. This is a significant difference, as were differences [...] revealing that web-only ads were more likely than TV spots to attack both policy and character.»* L'organisme American Museum of the Moving Image (2016) arrive à la même conclusion: *«Web ads tend to be edgier and more provocative than TV commercials, partly because they are often targeted to specific groups with strong opinions about candidates and issues, but also because of the nature of viral.»*

Bien qu'Internet se soit introduit au sein des campagnes électorales fédérales canadiennes à partir de 1993 (Small, 2008, p. 55; Small, 2010, p. 177), la publicité négative a fait son apparition en ligne dans les semaines qui ont précédé le déclenchement des élections du 28 juin 2004 (Barney, 2005, p. 380). Les libéraux de Paul Martin ont alors donné l'assaut en diffusant à la télévision cinq publicités négatives ayant pour cible Stephen Harper et qui invitaient les auditeurs à se rendre sur le site Web *«stephenharpersaid.ca»* pour plus de détails concernant les déclarations de ce dernier (Small, 2004, p. 203). En faisant preuve d'agressivité le plus tôt possible, les libéraux cherchaient à déstabiliser les conservateurs avant même le début de la campagne électorale:

Believing that the best defense was a bruising offense, their objective [...] was to keep their opponents constantly on the defensive, bloodied and off-balance from a hard-hitting negative campaign. The website was a main instrument in

what became a no-holds-barred, brass-knuckle offensive (Small, Taras et Danchuck, 2008, p. 117).

Dans le but de contre-attaquer, les conservateurs ont dès la nuit suivante développé un site Internet similaire, le «teammartinsaid.ca» (Flanagan, 2009, p. 170). Les partis politiques canadiens diffusent donc du contenu négatif sur des sites Web d'attaque alternatifs, plutôt que sur leur site officiel, qui sert généralement à présenter du contenu positif (Small, 2012, p. 178).

Selon Tamara A. Small (2004, p. 203-204), la mise en ligne de ces deux sites d'attaque avant le début de la campagne électorale de 2004 représente un moment charnière dans l'utilisation d'Internet par les partis politiques fédéraux au Canada, car pour la première fois de leur histoire, les libéraux et les conservateurs sont partis en guerre les uns contre les autres sur le Web. Tom Flanagan (2012, p. 130) remarque qu'à partir de ce moment, les partis fédéraux, les conservateurs en tête, ont commencé à diffuser de plus en plus de publicités politiques avant le déclenchement des élections.

6.2 / Les conservateurs passent à l'attaque contre les chefs libéraux

En 2007, le PCC a commencé à diffuser des publicités politiques négatives en ligne entre les élections dans le but de ternir l'image des trois plus récents chefs du PLC, alors que celui-ci formait l'opposition officielle. Ces publicités ont servi à dépeindre Stéphane Dion comme un personnage politique incompetent, Michael Ignatieff comme un politicien arrogant et Justin Trudeau comme une célébrité qui manque de jugement. Notre analyse de ces publicités négatives se base sur une méthodologie qualitative (Corbin et Strauss, 2015; Hesse-Biber et Leavy, 2006; Paillé et Mucchielli, 2008)

et descriptive (Deslauriers et Kérisit, 1997, p. 86; Hamel, 1997) qui nécessite l'utilisation de l'étude de cas comme stratégie de vérification (Gagnon, 2012; Roy, 2009). Celle-ci sera réalisée grâce à l'étude documentaire (Boisvert, 2008, p. 89-108; Cellard, 1997, p. 251-271), une méthode de collecte de l'information qui demande au chercheur de recueillir et d'analyser les documents qui lui permettront de comprendre et d'expliquer le phénomène qu'il étudie (N'Da, 2015, p. 129).

6.2.1 / **L'incompétence de Stéphane Dion**

Le PCC s'est rapidement (Ellis et Woolstencroft, 2011, p. 31) attaqué à Stéphane Dion après que ce dernier a remporté la course à la chefferie du PLC en décembre 2006: «*Conservatives began their attempt at defining him as “not a leader” who is “not worth the risk” only months after he became Liberal leader*» (Ellis et Woolstencroft, 2009, p. 44). Ainsi, le 28 janvier 2007, les conservateurs ont diffusé trois publicités négatives à la télévision sur Stéphane Dion. Ces publicités négatives ont aussi été diffusées sur les chaînes de télévision canadiennes durant le Super Bowl XLI. La plus efficace d'entre elles, qui s'intitule «What Kind of Leader is Stéphane Dion?», présente un extrait d'un débat qui avait eu lieu durant la course à la chefferie du PLC lors duquel Michael Ignatieff provoquait Stéphane Dion en remettant en question le bilan des libéraux en matière d'environnement (Flanagan, 2009, p. 299). Dans la publicité, Stéphane Dion est alors dépeint comme un personnage politique faible, indécis, incapable de prendre des décisions, incompetent, maladroit et qui a de la difficulté à s'exprimer en anglais (Ellis et Woolstencroft, 2009, p. 44; Flanagan, 2012, p. 131; Jeffrey, 2009, p. 89).

D'après Small (2012, p. 175-176), les conservateurs ont au même moment mis en ligne le site Web d'attaque «notaleader.ca», sur lequel il était possible de voir la photo

de Stéphane Dion haussant les épaules, mouvement surnommé le «*Dion shrug*». Ce site d'attaque, qui avait pour slogan «Stéphane Dion: Not a leader, not worth the risk», avait pour objectif de présenter le chef du PLC comme un leader inefficace. Les internautes pouvaient alors créer et partager par courriel du contenu négatif, comme des publicités ou des excuses inspirées de celles fournies par Stéphane Dion. Le PCC s'est également attaqué au «tournant vert» de Stéphane Dion avec la campagne publicitaire «The Dion Tax Trick», qui était composée de publicités négatives diffusées à la radio et du site Web d'attaque «willyoubetricked.ca».

Durant la première semaine de la campagne électorale de 2008, les conservateurs ont diffusé sur ce site d'attaque une vidéo montrant un macareux qui défèque sur l'épaule de Stéphane Dion (Small, 2012, p. 169). En raison de son mauvais goût, cette vidéo, surnommée «Pooping Puffin», s'est retournée contre les conservateurs, qui ont dû fermer le site (Rose, 2012, p. 154). Le PLC a par la suite mis en ligne le site d'attaque «scandalpedia.ca», sur lequel les internautes pouvaient en apprendre davantage sur les scandales qui impliquaient le gouvernement conservateur de Stephen Harper (Small, 2012, p. 176). Le PLC a aussi mis en ligne en octobre 2009 le site d'attaque «Cheque Republic» dans le but de s'attaquer à l'honnêteté des conservateurs en ciblant le nouveau scandale impliquant le député néo-écossais Gerald Keddy (Small, 2012, p. 177-178)¹.

6.2.2 / **L'arrogance de Michael Ignatieff**

Après avoir remplacé Stéphane Dion en décembre 2008 à titre de chef du PLC et de l'opposition officielle, Michael Ignatieff est rapidement devenu la cible d'attaques personnelles de la part des conservateurs: «*[T]he Conservative's ads contained an unprecedented personal*

slant, painting Ignatieff as an elitist snob and an opportunist who was out of touch by virtue of having been out of the country for thirty years» (Jeffrey, 2011, p. 55). Ainsi, les publicités négatives télévisées «Just Visiting» et le site Internet d'attaque «Ignatieff Me!» avaient pour objectif de dépeindre le nouveau chef libéral comme un politicien arrogant et intéressé: «*These included depictions of the Liberal leader as a cosmopolitan intellectual interloper who only came back to Canada after a three-decade absence to satisfy his personal ambitions*» (Ellis et Woolstencroft, 2011, p. 32). Les différentes sections de ce site Web permettaient aux utilisateurs de créer et partager du contenu négatif, de visionner et partager les quatre publicités de la série «Just Visiting», de s'inscrire à une infolettre et de lire des articles à propos des politiques de Michael Ignatieff (Small, 2012, p. 176-177). Selon James S. McLean (2012, p. 181-182), cette offensive publicitaire a permis aux conservateurs de ruiner la crédibilité du chef du PLC:

A man who had spent much of his life away from Canada, who had been targeted in attack ads for this absence, did not appear to think it was all that necessary to show up for work. And when prodded on his record, this former Harvard Professor was unable or unwilling to answer a simple question. It was the effective end of Ignatieff's campaign.

6.2.3 / Le manque de jugement de Justin Trudeau

Le 14 avril 2013, Justin Trudeau a remporté la course à la chefferie du PLC. Dès le lendemain matin, les conservateurs ont mis en ligne les sites d'attaque «justinoverhishead.ca» et «justinpasalahauteur.ca», sur lesquels les internautes pouvaient visionner les publicités négatives «Experience – He's in way over his head», «Judgement – He's in way over his head» et «Jugement – Il n'est pas à la hauteur». Les

internauts étaient par le fait même invités à faire des dons pour permettre au PCC de diffuser ces publicités auprès du plus grand nombre d'électeurs possible. Ces publicités négatives présentaient Justin Trudeau comme une célébrité inexpérimentée dans le but de mettre en doute son jugement, et par le fait même sa capacité à devenir premier ministre du Canada. Pour ce faire, les conservateurs citaient hors contexte le nouveau chef du PLC lorsqu'il s'était prononcé sur le statut du Québec et sur les crimes d'honneur.

Une dizaine de jours après la mise en ligne de ces sites, Justin Trudeau a répliqué en diffusant deux versions d'une publicité positive dans le but de désamorcer les attaques des conservateurs. On y voyait le nouveau chef libéral, assis dans une salle de classe, éteindre une télévision sur laquelle était diffusée une vidéo semblable aux publicités mentionnées dans le paragraphe précédent. Son message portait sur le travail qu'il avait accompli et qu'il restait à accomplir dans le but d'obtenir la confiance de la population canadienne et sur la fierté qu'il éprouve d'être un enseignant, un père, un fils et un leader. La version anglaise de cette publicité, qui s'intitule «Channel Change», est d'ailleurs semblable à la publicité «Counterpunch» diffusée par le candidat démocrate Michael Dukakis lors de la campagne présidentielle américaine de 1988 pour dénoncer l'agressivité des publicités négatives diffusées par son adversaire républicain, George H. W. Bush.

Jusqu'à la victoire des libéraux en octobre 2015, les conservateurs ont tenté de discréditer Justin Trudeau en diffusant à la télévision et sur Internet des publicités négatives attaquant son jugement, son expérience et sa célébrité (Cormack et Lalancette, 2015). Durant la campagne, les libéraux ont une fois de plus contre-attaqué avec des publicités positives, ou de type contraste, dans lesquelles Justin Trudeau réfutait les attaques des

conservateurs, qui avaient pour slogan «Just Not Ready» (Jeffrey, 2016, p. 76). Selon toute vraisemblance, les publicités négatives diffusées contre Justin Trudeau se sont avérées moins efficaces que celles diffusées contre Stéphane Dion et Michael Ignatieff, car elles n'ont pas permis au PCC de convaincre l'électorat que le chef de l'opposition officielle ne possédait pas les compétences nécessaires pour devenir le prochain premier ministre du Canada. Il n'en demeure pas moins que la négativité fait de nos jours partie intégrante de la publicité politique en ligne sur la scène fédérale au Canada et tout laisse croire qu'Internet est devenu l'endroit le plus approprié pour diffuser les attaques les plus grossières contre l'adversaire (Small, 2012, p. 185).

6.3 / La publicité négative sur Internet: quels changements politiques?

Cette étude de cas nous amène à réfléchir sur l'incidence d'Internet sur la pratique de la publicité politique en ligne au Canada depuis son apparition en 2004, mais surtout durant la période qui s'échelonne entre 2007 et 2013. Pour ce faire, nous allons tout d'abord répondre à la question que nous avons ciblée dans l'introduction de ce chapitre: quels sont les changements sociaux et politiques induits par l'arrivée puis l'omniprésence du cyberspace dans les sociétés occidentales? Les cinq premiers volets de notre réponse concernent l'étude de cas que nous avons réalisée dans la partie précédente, alors que le sixième volet porte plus particulièrement sur les changements qui s'opèrent sur le plan des méthodes de recherche qui sont employées en sciences sociales. Ensuite, nous allons situer notre analyse dans le tableau qui se retrouve au troisième chapitre de cet ouvrage (voir le [tableau 3.1](#)).

Premièrement, les changements technologiques (Small, 2010) ont permis aux conservateurs de mettre sur pied des sites Web d'attaque qui sont riches en information et qui présentent des preuves afin d'augmenter la crédibilité des arguments utilisés pour discréditer l'adversaire: «*The strategy of using opponents' words and actions against them is long-standing in online politics. Indeed, it was the very premise of the first online attack sites*» (Small, 2012, p. 179-180). Selon Mark (2006, p. 169), la publicité négative s'avère efficace si elle permet aux électeurs de confirmer les doutes qu'ils entretiennent à propos d'un personnage politique: «*[N]egative ads don't work unless they highlight something real in the target's character and behaviour*» (Flanagan, 2009, p. 301). En ce qui concerne Stéphane Dion et Michael Ignatieff, le PLC a été incapable «d'organiser une riposte stratégique capable de casser l'image négative qu'on avait accolée» à ces deux chefs, ce qui a largement «contribué au succès du parti conservateur» (Gingras, 2013, p. 316; voir aussi Jeffrey, 2011, p. 54-57). Selon Thierry Giasson, Jennifer Lees-Marshment et Alex Marland (2012, p. 11), les publicités négatives en ligne contre ces deux personnages politiques, qui visaient explicitement à ternir leur image, avaient pour objectif implicite de renforcer celle de Stephen Harper, principalement sur le plan de son leadership. Si les publicités négatives diffusées par les conservateurs ne peuvent pas expliquer à elles seules la défaite des libéraux en 2008, Flanagan (2009, p. 301) est toutefois d'avis qu'elles ont assurément permis aux électeurs de remarquer les faiblesses de Stéphane Dion.

Deuxièmement, les partis politiques peuvent diffuser des publicités négatives sur Internet plus rapidement et à moindres coûts qu'à la télévision (Kaid, 2006, p. 69), comme en témoigne, par exemple, la diffusion de celles qui ont servi à attaquer Justin Trudeau dans les heures suivant sa victoire comme chef du PLC en avril 2013. Selon Stephen

Ward (2008, p. 3), les sites Internet, qui sont accessibles aux internautes de manière permanente, permettent aux partis de réagir promptement aux événements d'une campagne: «*The speed of ICT communication means that parties can respond quickly to events to rebut opponent's claims directly, almost instantaneously.*» Small (2012, p. 182) souligne toutefois que la publicité politique en ligne n'est pas toujours une option bon marché pour les partis fédéraux qui l'emploient, car les sites Web «stephenharpersaid.ca», «notaleader.ca» et «willyoubetricked.ca» étaient accompagnés de publicités à la radio et à la télévision: «*When the Not a Leader ads were launched in 2007, the Conservative website announced that the ads aired on "network television and specialty channels including a prized spot during the Canadian broadcast of the Superbowl [sic]"*».

Troisièmement, les publicités négatives diffusées en ligne peuvent rapidement devenir virales (Prémont et Millette, 2015), comme le démontrent les sites Web «Ignatieff Me!» et «Cheque Republic», qui permettaient aux visiteurs de propager les attaques en partageant le contenu de ces pages à leurs amis par courriel ou par l'entremise des médias sociaux (Small, 2012, p. 182-183). Cette technique de marketing procure deux avantages aux partis politiques qui l'emploient. Tout d'abord, elle permet de présenter du contenu à des individus qui n'avaient pas encore été exposés à celui-ci: «*[I]f users are encouraged to send the item to a friend, someone who may not be as familiar or invested with the campaign, then the original receiver becomes a channel through which candidates may reach untapped citizens*» (Small, 2012, p. 183). Elle permet ensuite de stimuler la participation politique des internautes, car ceux-ci sont enclins à consulter des sites qui suscitent leur intérêt: «*In the case of [...] attack sites, a person would have to be interested in politics and be aware*

of the existence of the site in the first place» (Small, 2012, p. 183). La publicité négative en ligne peut aussi être récupérée par les médias traditionnels (Giasson, Lees-Marshment et Marland, 2012, p. 12) pour faire son entrée dans le cycle de la nouvelle, comme ce fut le cas avec la célèbre vidéo «Pooping Puffin». Lorsqu'elle est en mesure de générer une couverture médiatique, la publicité négative peut donc jouir d'une «prime de visibilité» (Monière, 2008, p. 79).

Quatrièmement, Flanagan (2012, p. 129) est d'avis que le phénomène de la campagne permanente (Esselment, 2014; Marland, Giasson et Esselment, 2017) qui existe au Canada se caractérise par la formation de gouvernements minoritaires lors des élections de 2004, 2006 et 2008, et par l'augmentation, de la part des conservateurs, de la diffusion de publicités politiques entre les campagnes électorales à partir de 2004. Ainsi, en raison de l'incertitude qui est causée par la fragilité des gouvernements minoritaires qui se succèdent à la Chambre des communes, les partis politiques fédéraux doivent être en campagne électorale de manière permanente: «*Parties have to remain campaign-ready during periods of minority government because the can never be sure when the government might be defeated or the prime minister might request an election*» (Flanagan et Jansen, 2009, p. 207). Selon Small (2012, p. 184), Internet contribue à ce phénomène, car les sites Web et les réseaux sociaux, entre autres, peuvent être consultés en permanence par les internautes.

Au Canada, le phénomène de la campagne permanente permet donc d'expliquer le phénomène de l'augmentation des sites Internet qui se consacrent à attaquer l'adversaire, car tous ceux qui ont vu le jour depuis 2004 ont été mis en ligne avant le déclenchement des élections, à l'exception du site «scandalpedia.ca» (Small, 2012, p. 184). De plus, le PCC est la formation politique ayant récolté le plus de

financement sur la scène fédérale depuis 2004, ce qui explique pourquoi les conservateurs ont autant misé sur la diffusion de publicités (négatives) entre les élections (Taras et Waddell, 2012, p. 76): «*[T]he infusion of cash has been spent between elections, when there are no regulations, rather than during elections, when there is a spending limit*» (Rose, 2012, p. 154-155). En dépensant de cette manière pour la diffusion de publicités politiques entre les élections, le PCC aurait contribué à la naissance d'un nouveau modèle de campagne au Canada, c'est-à-dire celui de la campagne permanente, «*[a model] in which pre-writ spending and activities are just as important as what happens in the writ period*» (Flanagan et Jansen, 2009, p. 207).

La diffusion de publicités politiques avant le début des élections peut également servir à créer un effet d'amorçage (*priming*), dans la mesure où elle permet au parti émetteur de donner le ton à la prochaine campagne électorale et d'en fixer les priorités, voire d'augmenter sa cote de popularité auprès de l'électorat, comme ce fut d'ailleurs le cas pour les libéraux en 2004 (Brooks, 2007, p. 364).

Cinquièmement, la publicité politique en ligne permet aux partis de consolider l'appui de leurs partisans, d'encourager ceux-ci à se mobiliser et à contribuer au financement électoral, et de persuader les indécis de ne pas voter pour l'adversaire (Kreiss et Welch, 2015, p. 19). Elle permet également aux partis d'amasser une quantité colossale d'informations à propos des internautes, pour ensuite cibler les électeurs à qui l'on diffusera des publicités politiques développées sur mesure en fonction de leurs préférences et de leurs comportements: «*[C]ampaigns have new opportunities to deliver specific messages to specific voters, affording the targeting and tailoring of information to individuals with greater ease, lower costs, and greater accuracy*» (Kreiss et Welch, 2015, p. 19).

Sixièmement, l'étude du cyberspace nous incite à poser un regard sur les changements qui s'opèrent sur le plan des méthodes de recherche que l'on emploie en sciences sociales. En guise d'ouverture, nous souhaitons proposer une piste de réflexion qui s'inscrit dans la troisième question formulée en introduction de cet ouvrage. Nous sommes d'avis que le Web a pour effet de faciliter la réalisation de la collecte de données pour les chercheurs qui étudient la publicité politique. Aux États-Unis, par exemple, les publicités politiques diffusées dans le cadre des élections présidentielles américaines depuis 1952 sont disponibles sur le site Web «The Living Room Candidate» de l'organisme Museum of the Moving Image², ou encore sur celui du Political Communication Lab de l'Université Stanford³. Au Canada, les publicités politiques sont disponibles sur le site Internet YouTube, plus précisément sur les chaînes des partis fédéraux et sur la chaîne «Canuck Politics». En outre, le Web permet aux chercheurs de collaborer en partageant leur collection personnelle de publicités politiques avec rapidité.

Ces éléments de réponse nous amènent enfin à faire référence au [tableau 3.1](#), qui présente les quatre couches qui composent le cyberspace. Notre analyse se situe dans la couche sociale (humaine) du cyberspace et touche plus précisément les partis politiques fédéraux (collectivités) et les internautes (utilisateurs) canadiens. La publicité politique négative en ligne permet aux partis d'agir en attaquant les formations politiques adverses ou en répliquant aux offensives de ces dernières après avoir subi une attaque. Les internautes, qui sont quant à eux témoins de la lutte que se livrent les partis sur Internet, agissent, par exemple en visitant un site d'attaque après avoir visionné une publicité négative télévisée ou en partageant du contenu sur les réseaux sociaux. Ils sont également exposés aux effets de la publicité négative, sans compter le fait

qu'ils sont sous l'influence des stratégies mises en œuvre par les partis dans le but de cibler les électeurs pour leur présenter des publicités politiques qui correspondent à leurs préférences.

La couche informationnelle (cognitive) du cyberspace permet également l'archivage des publicités négatives, ce qui facilite le travail des chercheurs. Les couches physique et logicielle (syntaxique) permettent, quant à elles, une diffusion sans précédent de la publicité négative, qui peut ensuite être récupérée, puis transformée par les internautes (cyberculture) ou par les candidats qui sont visés par celle-ci dans le but de répliquer. Cet entreposage contribue à la pérennisation de la publicité négative et par le fait même au phénomène de la campagne permanente.

Conclusion

La première section de ce chapitre nous a permis de présenter un état des connaissances sur la publicité politique négative en ligne. Nous avons donc relaté l'apparition de la publicité négative télévisée dans le cadre des élections présidentielles américaines dans les années 1950, puis sur la scène fédérale canadienne à la fin des années 1970. Ensuite, nous avons proposé une définition de la publicité négative, précisé ses principales caractéristiques et traité du débat entourant ses effets. Nous nous sommes enfin penchés sur son apparition en ligne aux États-Unis lors de la campagne présidentielle de 2004 et au Canada dans les semaines précédant les élections fédérales qui se sont déroulées au mois de juin de la même année.

Dans la deuxième partie, nous avons réalisé une étude de cas sur les publicités négatives diffusées en ligne par les conservateurs à partir de 2007 dans le but de ternir l'image des trois plus récents chefs du PLC quand il formait

l'opposition officielle. Nous nous sommes plus spécialement intéressés à la manière utilisée par le PCC pour attaquer Stéphane Dion sur sa compétence, Michael Ignatieff sur son arrogance et Justin Trudeau sur son jugement, son expérience et sa célébrité. Alors que les publicités négatives ont permis aux conservateurs de discréditer Stéphane Dion et Michael Ignatieff, ce qui a contribué aux victoires du PCC en 2008 et 2011, celles diffusées contre Justin Trudeau n'ont pas réussi à convaincre l'électorat que ce dernier n'était pas prêt à devenir premier ministre du Canada.

La troisième partie nous a amenés à réfléchir sur les changements politiques causés par Internet dans la pratique de la publicité négative au Canada. Ainsi, ce type de publicités permet aux partis fédéraux de mettre en ligne des sites d'attaque riches en information et qui présentent des preuves pour appuyer leurs arguments, de répondre aux événements de la campagne avec rapidité et à faibles coûts, et d'assurer la propagation des attaques en permettant aux internautes de partager du contenu négatif. De plus, Internet contribue au phénomène de la campagne permanente, dans la mesure où les publicités politiques en ligne peuvent être consultées en tout temps par les internautes. Enfin, la publicité politique en ligne permet plus largement aux partis de récolter de l'information sur les internautes, ce qui leur permet de cibler les électeurs à qui ils diffuseront des publicités développées sur mesure.

En terminant, soulignons que la présence des partis politiques canadiens et de leur chef sur Internet ne se limite pas aux sites officiels ou d'attaque (Small, 2012, p. 179), comme en témoigne leur utilisation des médias sociaux. Ainsi, le PLC, le PCC, le Nouveau Parti démocratique (NPD) et le Bloc québécois (BQ) diffusent régulièrement du contenu sur les sites YouTube et Facebook. De plus, le premier ministre Justin Trudeau, le chef du NPD Thomas Mulcair et le BQ publient des photos ou des vidéos sur leur

compte Instagram. Les principaux partis politiques fédéraux et leur chef prennent part à la conversation sur Twitter (Small, 2011). Le président américain Donald Trump est d'ailleurs très actif sur ce site de microblogage, grâce auquel il peut attaquer ses adversaires politiques (Robinson, 2016) sur son compte «@realdonaldtrump» à toute heure du jour et de la nuit et surtout en toute liberté (Millette et Lussier-Therrien, 2017). De façon similaire, les conservateurs utilisent leur compte Twitter «@CPC_HQ» et leur page Facebook pour s'attaquer à Justin Trudeau et aux politiques de son gouvernement en invitant les utilisateurs à se rendre sur le site Web d'attaque «liberaldebt.ca», où l'on dresse la liste des dépenses inutiles effectuées par les libéraux depuis leur arrivée au pouvoir. Cette présence perpétuelle sur les médias sociaux contribue de toute évidence au phénomène de la campagne permanente, mais également à la politique spectacle et à ses deux principales composantes, c'est-à-dire la personnalisation et la dramatisation de la politique (Gingras, 2013, p. 315-316).

Bibliographie

- ANSOLABEHERE, S. et S. IYENGAR (1995). *Going Negative: How Political Advertisements Shrink and Polarize the Electorate*, New York, The Free Press.
- BARNEY, D. (2005). «The Internet and political communication in Canadian party politics: The view from 2004», dans A. Tanguay et A.-G. Gagnon (dir.), *Political Parties in Transition*, Peterborough, Broadview Press, p. 371-382.
- BOISVERT, D. (2008). «Compétences informationnelles et accès à l'information», dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale: de la problématique à la collecte des données*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 89-108.
- BROOKS, S. (2007). «Television advertising by political parties: Can democracies survive it?», dans A. Tanguay et A.-G. Gagnon (dir.), *Political Parties in Transition*, Peterborough, Broadview Press, p. 355-369.

- BUELL, E.H. JR. et L. SIGELMAN (2009). *Attack Politics: Negativity in Presidential Campaigns since 1960*, 2^e édition, Lawrence, University Press of Kansas.
- BUZZETTI, H. (2009). «Le gros chèque partisan», *Le Devoir*, <<http://www.ledevoir.com/politique/canada/280294/le-gros-cheque-partisan>>, consulté le 15 août 2017.
- CELLARD, A. (1997). «L'analyse documentaire», dans J. Poupart *et al.* (dir.), *La recherche qualitative: enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Montréal, Gaëtan Morin éditeur, p. 251-271.
- CHANCELOR, M. (2008). «Daisy girl ad», dans L.L. Kaid et C. Holtz-Bacha (dir.), *Encyclopedia of Political Communication*, Thousand Oaks, Sage, p. 156-157.
- CLARKSON, S. (2005). *The Big Red Machine: How the Liberal Party Dominates Canadian Politics*, Vancouver, University of British Columbia Press.
- CORBIN, J. et A. STRAUSS (2015). *Basics of Qualitative Research*, Thousand Oaks, Sage.
- CORMACK, P. et M. LALANCETTE (2015). «Trudeau as celebrity politician: Winning by more than a hair», dans A. Marland et T. Giasson (dir.), *Canadian Election Analysis 2015: Communication, Strategy, and Democracy*, Vancouver, University of British Columbia Press, p. 82-83.
- DARIN, B. (2005). «The Internet and political communication in Canadian party politics: The View from 2004», dans A. Tanguay et A.-G. Gagnon (dir.), *Political Parties in Transition*, Peterborough, Broadview Press, p. 371-382.
- DESLAURIERS, J.-P. et M. KÉRISIT (1997). «Le devis de recherche qualitative», dans J. Poupart *et al.* (dir.), *La recherche qualitative: enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Montréal, Gaëtan Morin éditeur, p. 85-112.
- ELLIS, F. et P. WOOLSTENCROFT (2009). «Stephen Harper and the conservatives campaign on their record», dans J.H. Pammett et C. Dornan (dir.), *The Canadian Federal Election of 2008*, Toronto, Dundurn Press, p. 16-62.
- ELLIS, F. et P. WOOLSTENCROFT (2011). «The conservative campaign: Becoming the new natural governing party?», dans J.H. Pammett et C. Dornan (dir.), *The Canadian Federal Election of 2011*, Toronto, Dundurn, p. 15-44.
- ESSELMONT, A. (2014). «The governing party and the permanent campaign», dans A. Marland, T. Giasson et T.A. Small (dir.), *Political Communication in*

Canada: Meet the Press and Tweet the Rest, Vancouver, University of British Columbia Press.

FLANAGAN, T. (2009). *Harper's Team: Behind the Scenes in the Conservative Rise to Power*, 2^e édition, Montréal/Kingston, McGill/Queen's University Press.

FLANAGAN, T. (2012). «Political communication and the "permanent campaign"», dans D. Taras et C. Waddell (dir.), *How Canadians Communicate IV: Media and Politics*, Edmonton, Athabasca University Press, p. 129-148.

FLANAGAN, T. et H.J. JANSEN (2009). «Election campaigns under Canada's party finance laws», dans J.H. Pammett et C. Dornan (dir.), *The Canadian Federal Election of 2008*, Toronto, Dundurn Press, p. 194-216.

FLETCHER, F.J. (1981). «Playing the game: The mass media and the 1979 campaign», dans H.R. Penniman (dir.), *Canada at the Polls, 1979 and 1980: A Study of the General Elections*, Washington, American Enterprise Institute for Public Policy Research, p. 280-321.

FOWLER, E.F., T.N. RIDOUT et M.M. FRANZ (2016). «Political advertising in 2016: The presidential election as outlier?», *The Forum*, vol. 2, n° 4, p. 445-469.

FRIDKIN, K.L. et P.J. KENNEY (2012). «The impact of negative campaigning on citizen's actions and attitudes», dans H.A. Semetko et M. Scammell (dir.), *The SAGE Handbook of Political Communication*, Thousand Oaks, Sage.

GAGNON, Y.-C. (2012). *L'étude de cas comme méthode de recherche*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

GEER, J.G. (2006). *In Defense of Negativity: Attack Ads in Presidential Campaigns*, Chicago, University of Chicago Press.

GIASSON, T., J. LEES-MARSHMENT et A. MARLAND (2012). «Introducing political marketing», dans A. Marland, T. Giasson et J. Lees-Marshment (dir.), *Political Marketing in Canada*, Vancouver, University of British Columbia Press, p. 3-21.

GINGRAS, A.-M. (2013). «La communication politique dans la démocratie parlementaire», dans R. Pelletier et M. Tremblay (dir.), *Le parlementarisme canadien*, 5^e édition revue et mise à jour, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 301-328.

GOSSELIN, A. (1997). «La publicité électorale», *Les études de communication publique*, n° 11.

- GOSSELIN, A. et W.C. SODERLUND (1999). «The 1993 Canadian federal election: Background and party advertising strategies», dans W.I. Romanow *et al.* (dir.), *Television Advertising in Canadian Elections: The Attack Mode, 1993*, Waterloo, Wilfrid Laurier University Press, p. 27-48.
- HAMEL, J. (1997). *Étude de cas et sciences sociales*, Paris, L'Harmattan.
- HESSE-BIBER, S.N. et P. LEAVY (2006). *The Practice of Qualitative Research*, Thousand Oaks, Sage.
- JAMIESON, K.H. (1992). *Dirty Politics: Deception, Distraction, and Democracy*, Oxford, Oxford University Press.
- JAMIESON, K.H., P. WALDMAN et S. SHERR (2000). «Eliminate the negative? Categories of analysis for political advertisements», dans J.A. Thurber, C.J. Nelson et D.A. Dulio (dir.), *Crowded Airwaves: Campaign Advertising in Elections*, Washington, DC, Brookings Institution Press, p. 44-64.
- JEFFREY, B. (2009). «Missed opportunity: The invisible liberals», dans J.H. Pammett et C. Dornan (dir.), *The Canadian Federal Election of 2008*, Toronto, Dundurn Press, p. 63-97.
- JEFFREY, B. (2010). *Divided Loyalties: The Liberal Party of Canada, 1984-2008*, Toronto, University of Toronto Press.
- JEFFREY, B. (2011). «The disappearing liberals: Caught in the crossfire», dans J.H. Pammett et C. Dornan (dir.), *The Canadian Federal Election of 2011*, Toronto, Dundurn, p. 45-75.
- JEFFREY, B. (2016). «Back to the future: The resurgent liberals», dans J.H. Pammett et C. Dornan (dir.), *The Canadian Federal Election of 2015*, Toronto, Dundurn Press, p. 57-84.
- KAID, L.L. (2006). «Political Web wars: The use of the Internet for political advertising», dans A.P. Williams et J.C. Tedesco (dir.), *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*, Lanham, Rowman & Littlefield, p. 67-82.
- KAID, L.L. (2008). «Political advertising», dans L.L. Kaid et C. Holtz-Bacha (dir.), *Encyclopedia of Political Communication*, Thousand Oaks, Sage, p. 559-567.
- KAID, L.L. (2009). «Videostyle in the 2008 presidential campaign», dans R.E. Denton Jr. (dir.), *The 2008 Presidential Campaign: A Communication*

Perspective, Lanham, Rowman & Littlefield, p. 209-227.

KAID, L.L. et A. JOHNSTON (2001). *Videostyle in Presidential Campaigns: Style and Content of Televised Political Advertising*, Westport, Praeger.

KHAN, K.F. et P.J. KENNEY (1999). *The Spectacle of U.S. Senate Elections*, Princeton, Princeton University Press.

KREISS, D. et C. WELCH (2015). «Strategic communication in a networked age», dans V.A. Farrar-Meyers et J.S. Vaughn (dir.), *Controlling the Message: New Media in American Political Campaigns*, New York, New York University Press, p. 13-31.

KRUPNIKOV, Y. (2011). «When does negativity demobilize? Tracing the conditional effect of negative campaigning on vote turnout», *American Journal of Political Science*, vol. 55, n° 4, p. 796-812.

MARK, D. (2006). *Going Dirty: The Art of Negative Campaigning*, Lanham, Rowman & Littlefield.

MARLAND, A., T. GIASSEN et A.L. ESSELMET (dir.) (2017). *Permanent Campaigning in Canada*, Vancouver, University of British Columbia Press.

MARTIN, P. (2005). *Dynamiques partisans et réalignements électoraux au Canada (1867-2004)*, Paris, L'Harmattan.

MCLEAN, J.S. (2012). *Inside the NDP War Room: Competing for Credibility in a Federal Election*, Montréal/Kingston, McGill-Queen's University Press.

MILLETTE, C.-A. et M. LUSSIER-TERRIEN (2017). «La cyberagressivité de Donald Trump», *Options politiques*, <<http://policyoptions.irpp.org/magazines/july-2017/la-cyberagressivite-de-donald-trump/>>, consulté le 15 août 2017.

MONIÈRE, D. (1998). *Votez pour moi: une histoire politique du Québec moderne à travers la publicité électorale*, Anjou, Fides.

MONIÈRE, D. (2008). «Pourquoi les partis ont-ils recours à la publicité négative?», dans Les professeurs de science politique de l'Université de Montréal (dir.), *La politique en questions*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, p. 75-83.

MUSEUM OF THE MOVING IMAGE (2016). *The Living Room Candidate*, <<http://www.livingroomcandidate.org/commercials/2004>>, consulté le 15 août 2017.

- NADEAU, R. et F.C. BASTIEN (2003). «La communication électorale», dans A.-M. Gingras (dir.), *La communication politique: état des savoirs, enjeux et perspectives*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 159-188.
- N'DA, P. (2015). *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines – Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*, Paris, L'Harmattan.
- PAILLÉ, P. et A. MUCCHIELLI (2008). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.
- PAQUIN, S. et L.-A. KIROUAC (2014). «Qui gagne quand tout le monde perd? Le Québec et l'ALENA 20 ans après», dans D. Brunelle (dir.), *L'ALENA à 20 ans: un accord en sursis, un modèle en essor*, Montréal, Éditions IEIM, p. 75-101.
- POPKIN, S.L. (2012). *The Candidate: What it Takes to Win – and Hold – the White House*, Oxford, Oxford University Press.
- PRÉMONT, K. et C.-A. MILLETTE (2015). «Social media and American presidential campaigns: The dark side of the electoral process», dans G. Lachapelle et P.J. Maarek (dir.), *Political Parties in the Digital Age: The Impact of New Technologies in Politics*, Oldenbourg, De Gruyter, p. 111-125.
- ROBERTS, C. (2013). «A functional analysis comparison of Web-only advertisements and traditional television advertisements from the 2004 and 2008 presidential campaigns», *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 90, n° 1, p. 23-38.
- ROBINSON, D. (2016). «Text analysis of Trump's tweets confirms he writes only the (angrier) Android half», *Variance Explained*, <<http://varianceexplained.org/r/trump-tweets/>>, consulté le 15 août 2017.
- ROSE, J. (2012). «Are negative ads positive? Political advertising and the permanent campaign», dans D. Taras et C. Waddell (dir.), *How Canadians Communicate IV: Media and Politics*, Edmonton, Athabasca University Press, p. 149-168.
- ROY, S.N. (2009). «L'étude de cas», dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale: de la problématique à la collecte des données*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 199-225.
- SMALL, T.A. (2004). «parties@canada: The Internet and the 2004 cyber-campaign», dans J.H. Pammett et C. Dornan (dir.), *The Canadian General*

Election of 2004, Toronto, Dundurn Press, p. 203-234.

SMALL, T. A. (2008). «Equal access, unequal success – Major and minor Canadian parties on the net», *Party Politics*, vol. 14, n° 1, p. 51-70.

SMALL, T.A. (2010). «Still waiting for an Internet prime minister: Online campaigning by Canadian political parties», dans H. MacIvor (dir.), *Election*, Toronto, Emond Montgomery, p. 173-198.

SMALL, T.A. (2011). «What the hashtag? A content analysis of Canadian politics on Twitter», *Information, Communication & Society*, vol. 14, n° 11, p. 872-895.

SMALL, T.A. (2012). «E-tack politics: Negativity, the Internet, and Canadian political parties», dans D. Taras et C. Waddell (dir.), *How Canadians Communicate IV: Media and Politics*, Edmonton, Athabasca University Press, p. 169-188.

SMALL, T.A., D. TARAS et D. DANCHUCK (2008). «Canada: Party Websites and online campaigning during the 2004 and 2006 federal elections», dans S. Ward *et al.* (dir.), *Making a Difference: A Comparative View of the Role of the Internet in Election Politics*, Lanham, Lexington Books, p. 113-131.

TARAS, D. (1990). *The Newsmakers: The Media's Influence on Canadian Politics*, Scarborough, Nelson Canada.

TARAS, D. et C. WADDELL (2012). «The 2011 federal election and the transformation of Canadian media and politics», dans D. Taras et C. Waddell (dir.), *How Canadians Communicate IV: Media and Politics*, Edmonton, Athabasca University Press, p. 71-107.

TEDESCO, J.C. et S.W. DUNN (2014). «Political advertising in the 212 U.S. presidential election», dans R.E. Denton Jr. (dir.), *The 2012 Presidential Campaign: A Communication Perspective*, Lanham, Rowman & Littlefield, p. 77-96.

TRENT, J.S., R.V. FRIEDENBERG et R.E. DENTON JR. (2011). *Political Campaign Communication: Principles and Practices*, 7^e édition, Lanham, Rowman & Littlefield.

WARD, S. (2008). «Parties and election campaigning online: A new era?», dans S. Ward *et al.* (dir.), *Making a Difference: A Comparative View of the Role of the Internet in Election Politics*, Lanham, Lexington Books, p. 1-13.

- WAYNE, S.J. (2016). *Road to the White House 2016*, 10^e édition, Boston, Cengage Learning.
- WESLEYAN MEDIA PROJECT (2016). «Clinton crushes Trump 3:1 in air war», *Wesleyan Media Project*, <<http://mediaproject.wesleyan.edu/releases/nov-2016/#tablea2>>, consulté le 15 août 2017.
- WEST, D.M. (2010). «Attack ads that go beyond the issues undermine fair political campaigns», dans L.I. Gerdes (dir.), *Political Campaigns*, Farmington Hills, Greenhaven Press, p. 95-99.
- WEST, D.M. (2014). *Air Wars: Television Advertising and Social Media in Election Campaigns*, 6^e édition, Thousand Oaks, CQ Press.
- WHILLOCK, R.K. (1998). «Digital democracy: The '96 presidential campaign on-line», dans R.E. Denton Jr. (dir.), *The 1996 Presidential Campaign: A Communication Perspective*, Westport, Praeger, p. 179-197.
- WHILLOCK, R.K. et D.E. WHILLOCK (2002). «Digital democracy 2000», dans R.E. Denton Jr. (dir.), *The 2000 Presidential Campaign: A Communication Perspective*, Westport, Praeger, p. 167-181.
- WIESE, D.R. et B.E. GRONBECK (2005). «Campaign 2004 developments in cyberpolitics», dans R.E. Denton Jr. (dir.), *The 2004 Presidential Campaign: A communication Perspective*, Lanham, Rowman & Littlefield, p. 217-239.
- WILLIAMS, A.P. (2005). «The main frame: Assessing the role of the Internet in the 2004 U.S. presidential contest», dans R.E. Denton Jr. (dir.), *The 2004 Presidential Campaign: A communication Perspective*, Lanham, Rowman & Littlefield, p. 241-254.

1 Pour connaître les détails entourant ce scandale, voir Buzzetti, 2009.

2 <<http://www.livingroomcandidate.org>>, consulté le 15 août 2017.

3 <<https://pcl.stanford.edu>>, consulté le 15 août 2017.

CHAPITRE 7 /

La communication politique à l'heure de la vidéo numérique

De l'action individuelle à l'action collective

Emmanuel Choquette

L'arrivée dans le cyberspace du populaire site de partage de vidéos en ligne YouTube a considérablement transformé le paysage médiatique et communicationnel des sociétés contemporaines. Sans prétendre qu'il s'agit là d'une véritable révolution, puisque la vidéo en ligne existait bien avant l'avènement de YouTube, il faut admettre que l'accessibilité en ligne non seulement à une banque de documents vidéo de toutes sortes, mais aussi à la diffusion à large échelle de contenus médiatiques par le commun des mortels est venu complexifier les dynamiques au sein des modèles de communication. Et que dire des commentaires que l'on peut publier directement sur les pages vidéo? En plus d'alimenter les données massives (le *Big Data*), ils rendent encore plus difficile l'analyse des messages, de leurs objectifs, de leurs sens et de leurs effets. De fait, on peine à traiter l'ensemble des données générées par le Web 2.0, mais en plus, on assiste, du moins en apparence, à une confusion presque totale des genres.

Dans ce contexte, comment par exemple effectuer l'analyse de contenu d'une vidéo en ligne à partir du «bon vieux» modèle de Lasswell¹? Comment savoir avec

précision qui parle et avec quels effets? En d'autres mots, si l'analyse des messages n'a jamais été facile, l'explosion des technologies de l'information et des communications (TIC) dans le cyberspace en rend encore plus ardues l'observation, la compréhension et l'explication. Comme le souligne Flichy (2008, p. 171), à l'ère des médias sociaux numériques (MSN), «Internet est un espace où il est plus facile qu'ailleurs de produire de l'information, où les barrières à l'entrée sont moindres». Cela signifie par contre que puisque les frontières s'avèrent de plus en plus floues, il devient difficile de définir avec précision les caractéristiques des liens constitutifs de la chaîne communicationnelle. Une des solutions réside dans l'isolement de deux variables ou, du moins, dans l'observation d'une relation plus précise entre deux éléments à l'intérieur de cette chaîne. C'est ce que l'on propose de faire dans le présent chapitre en concentrant l'analyse sur la relation qui caractérise la vidéo en ligne et la communication politique. Quels sont les principaux éléments constitutifs de cette relation? Dans quelle mesure la vidéo en ligne contribue-t-elle à transformer les dynamiques au sein du champ de la communication politique? Les sites de partage de vidéos, YouTube en particulier, transforment-ils en profondeur les méthodes de diffusion des messages politiques, que ce soit en campagne électorale, au sein des institutions ou de la population en général?

Sans offrir des réponses définitives à cette série de questions, ces quelques lignes proposent tout de même un éclairage additionnel et surtout des repères significatifs dans l'objectif de mieux comprendre le rôle de la vidéo en ligne au sein de la communication politique.

7.1 / Considérations méthodologiques

Il importe de clarifier dès les départs les véritables intentions et prétentions derrière la rédaction de ce chapitre. On ne prétend pas y effectuer une recension exhaustive et surtout complète de la littérature traitant des liens entre la vidéo en ligne et la communication politique. D'une part, faut-il le rappeler, on ne peut jamais effectuer une couverture complète de ce qui a été exprimé et rédigé sur un sujet de recherche en particulier. Toute recension est nécessairement partielle. Cependant, on procède tout de même à une sélection pertinente et à une analyse rigoureuse des textes retenus. D'autre part, le point de départ de cette brève analyse repose en grande partie sur des intuitions. Cela semble relever de l'évidence, mais il importe de rappeler que le facteur intuitif constitue le point de départ de bon nombre de découvertes². De plus, l'intuition en science politique, et de façon plus large en sciences sociales, prend un sens beaucoup plus précis, lequel transcende le stade de la première impression.

En sciences sociales, on parle d'intuition comme source non systématique de connaissance de nous-mêmes, d'autrui, des choses, des processus, des vérités fondamentales. L'intuition porte nécessairement sur certaines perceptions qu'on a de la réalité, et ne saurait totalement exclure l'exercice d'un certain jugement combiné à une bonne dose d'imagination. Sans prendre la forme d'une analyse fondée sur un raisonnement rigoureux, l'intuition en recherche dépasse la simple connaissance acquise par les sens (Gingras et Côté, 2009, p. 26).

Dans cette perspective, la qualité ou la profondeur de l'intuition est proportionnelle aux connaissances que le chercheur possède préalablement sur le sujet. La réflexion soumise dans ce document s'avère ainsi, au départ, le mariage des champs d'intérêt de l'auteur et de ce que nous savons de la vidéo en ligne et de la communication politique.

7.1.1 / **Démarche et sources des données**

Conséquemment, cette analyse repose en grande partie sur une revue de la littérature scientifique traitant pour l'essentiel des liens entre la vidéo numérique et la communication politique. Certains textes faisant référence de façon plus large aux MSN et à la communication ont par ailleurs été retenus, quand des liens ont pu être tissés entre les idées véhiculées par les auteurs et la politique ou la science politique en particulier. Si ces liens sont parfois évidents, à d'autres moments, ils s'avèrent beaucoup plus implicites. Cette analyse se situe ainsi au carrefour de la troisième et de la quatrième couche du cyberspace (voir le [chapitre 3](#)). De fait, c'est à la fois sur les aspects de transfert de connaissances et de circulation de l'information à travers la partie davantage insaisissable du cyberspace que l'on pose un regard approfondi.

Il ne s'agit toutefois pas de mettre en évidence une lacune analytique dans les recherches déjà réalisées, mais plutôt de tracer des ponts au sein de cette littérature. On compte ainsi mettre en exergue les aspects convergents et parfois divergents des différents écrits afin de mieux comprendre ce qui caractérise la relation entre la vidéo en ligne et la communication politique. Ce chapitre a également pour objectif d'appliquer certains concepts et certaines théories propres au domaine des communications à la science politique. Il importe en ce sens de souligner que c'est essentiellement sur la communication politique en tant qu'objet de recherche que l'on compte se pencher, et non sur le champ ou la sous-discipline à laquelle on pourrait également se référer. Cependant, la considération de la communication politique comme champ d'études «interdisciplinaires» (Gingras, 2003), lequel met en relation trois axes principaux, à savoir le politique, l'espace public (à travers les tribunes médiatiques notamment) et l'opinion

publique (Wolton, 1989; Gingras, 2003), constitue une amorce conceptuelle pertinente³. On vient alors souligner les frontières souvent floues entre les objets d'étude se retrouvant au prisme de la communication et de la science politique. Bien qu'une autre définition, plus complexe, de la communication politique comme objet de recherche sera mobilisée dans ce texte, cette référence à l'interdisciplinarité nous semble donc essentielle à prendre en compte. Il apparaît tout à fait normal dans cette optique d'évoquer des auteurs issus de plusieurs disciplines, de la science politique aux communications en passant par la philosophie et la sociologie.

Par ailleurs, la démarche adoptée dans le cadre de cette analyse s'effectue en deux temps. Premièrement, en partant toujours de la littérature, il s'agira de définir certains concepts jugés éclairants pour bien saisir le phénomène à l'étude. Dans le cas présent, on proposera évidemment une analyse d'une définition conceptuelle de la communication politique et de certaines constituantes de la vidéo en ligne, notamment des concepts de «mème» et d'«audiovie». Deuxièmement, on compte présenter quelques exemples dans le but d'illustrer empiriquement la relation entre la vidéo en ligne et la communication politique. Comment ces concepts et, en fin de compte, cette relation fonctionnent-ils concrètement?

7.1.2 / Une réflexion avant tout

On le comprend, il s'agit ici non pas de mesurer les effets ou les influences de cette relation ou d'une variable sur une autre, mais bien d'en apprécier en partie ses dynamiques. C'est avant tout une réflexion théorique visant à s'interroger sur le rôle de la vidéo en ligne, essentiellement diffusée sur YouTube, au sein des dynamiques politiques contemporaines qui est proposée. Ultimement, c'est à travers la question suivante que se bâtit cette réflexion: à la lueur de la

littérature et de quelques exemples récents dans l'actualité, dans quelle mesure YouTube constitue-t-il un outil de communication politique au service des individus et des collectivités?

Pour répondre à cette question, la méthode privilégiée sera essentiellement l'analyse documentaire. Il importe cependant d'élargir cette approche et de préciser le sens que l'on donne aussi bien à la méthode qu'à l'utilisation des termes *analyse* et *documentaire*. En effet, de façon générale, on fait référence à l'analyse documentaire pour évoquer le recours à l'étude de documents textuels, à des écrits⁴. Évidemment, à l'heure de la multiplication des documents de tous genres à travers le cyberspace, textes, vidéos, documents audios, il faut considérer les documents dans une perspective moins restrictive. Comme le précise Cellard (1997, p. 254), «[i]l existe en fait une multiplicité de sources documentaires dont la variété n'a d'égale que l'information qu'elles contiennent». Conséquemment, en ce qui concerne la sélection des écrits et des vidéos en particulier, elle ne repose pas sur une volonté d'établir un corpus ou un échantillon représentatif de l'ensemble de la littérature et des exemples sur le sujet. D'une part, rappelons que dans le cas d'études dont le corpus provient en grande partie de documents en ligne, notamment des médias sociaux, il s'avère impensable de considérer la totalité des documents disponibles (Leray et Bourgeois, 2016). D'autre part, et c'est là la seconde notion de la méthode en question, l'analyse demeure somme toute neutre et marquée par une volonté d'objectivité manifeste.

7.2 / Quelques concepts autour de la vidéo en ligne: du trivial au collectif

C'est une évidence, les contenus vidéo proposés en ligne sont extrêmement diversifiés. Leurs qualités et leurs degrés d'importance tant sur le plan de l'image que sur le plan du propos demeurent on ne peut plus inégaux. On peut notamment penser aux innombrables vidéos de chats et autres animaux domestiques qui circulent dans le cyberspace, côtoyant les contenus les plus dramatiques comme les extraits de bulletins d'information ou les témoignages d'individus victimes de conflits armés. Sans prétendre que l'ensemble de ces contenus s'équivaut, les vidéos en ligne, des plus triviales aux plus pertinentes, possèdent tout de même une part d'utilité et de portée sociale et politique. En outre, certains types de vidéos relevant davantage de la distraction ou du simple divertissement peuvent comporter des dimensions politiques manifestes.

7.2.1 / **Le concept de «mème»**

Sans doute, une des raisons faisant la popularité des vidéos de type «mème» se rapporte aux dimensions simplistes et efficaces du procédé. Le mème consiste en fait à prendre une réalisation déjà existante, en partie ou en totalité, à s'en inspirer ou à la répliquer en en modifiant certains aspects de façon à se l'approprier. Et pour Shifman (2011, p. 190), la conception des vidéos de type «mème» comporte une dimension parodique:

[T]he memetic video, invokes a different structure of participation. I define it as a popular clip that lures extensive creative user engagement in the form of parody, pastiche, mash-ups or other derivative work. Such derivatives employ two main mechanisms in relating to the «original» memetic video: imitation (parroting elements from a video)

and re-mix (technologically-afforded re-editing of the video).

C'est en cela que le procédé peut paraître simple et efficace. D'une part, la partie créatrice ou originale de ce genre de réalisation s'avère moins exigeante, puisqu'il s'agit bien souvent d'une imitation ou d'un pastiche. D'autre part, l'accessibilité de la technologie, rendue notamment possible grâce aux téléphones portables, aux tablettes et aux applications simplifiées de montage, permet à quiconque de proposer sa vidéo «mème». Sans parler de déterminisme technique, il faut bien admettre que cette «démocratisation» des outils de production et de diffusion des documents vidéo contribue également à cette «mise en valeur» de soi à travers des vidéos «mèmes». Ce point de vue est partagé par Devars (2015, p. 94):

Les caméscopes numériques et les téléphones portables ont favorisé le déploiement de pratiques audiovisuelles jusqu'alors cantonnées au cadre privé. C'est l'intégration de l'audiovisuel sur Internet qui a encouragé la diffusion dans l'espace public médiatique de vidéos de natures très diverses, notamment dans le champ politique.

En outre, le succès de ces réalisations ne se dément pas. Les vidéos de type «mème» sont omniprésentes sur la Toile, et le nombre de partages et de visionnements que récolte ce genre de productions est considérable. À titre d'exemple, la vidéo de Judson Laipply intitulée *The Evolution of Dance*, considérée comme un des documents les plus marquants de l'histoire des vidéos de type «mème» aux États-Unis, dépasse les 295 millions de visionnements en 2017⁵. Et comme dans la vidéo de Laipply, la forme humoristique monopolise l'espace en ce qui concerne les vidéos «mèmes». De fait, la presque totalité des mèmes les plus

populaires chez les Américains entre dans la catégorie des vidéos d'humour (Shifman, 2011). De plus, une des réalisations les plus pastichées et partagées par les internautes demeure un extrait du film *La chute* d'Oliver Hirschbiegel (Shifman, 2011). On y voit une parodie humoristique des traductions des propos d'Hitler à sa garde rapprochée durant un moment de crise. Au Québec, une autre version (parmi des dizaines) de cette vidéo, dont le propos vient dénoncer les intentions de l'industrie pétrolière d'installer un oléoduc en sol québécois, a été mise en ligne en 2016 par le collectif Action climat⁶. À n'en point douter, cet exemple témoigne de la récupération politique d'une œuvre dont la trame dramatique n'a rien de particulièrement drôle. Mais c'est sa transformation en vidéo de type «mème» qui accorde tout à coup un espace humoristique central à ce film. Et ce type de documents vidéo d'humour comporte, à bien des égards, une dimension politique. Dans ce cas précis, la diffusion de ce document dans le cyberspace constitue alors un outil de promotion des idées et des points de vue défendus par Action Climat. On a recours à la vidéo en ligne pour faire réfléchir, pour convaincre et pour militer politiquement.

7.2.2 / **Le concept de «viralité»**

La majorité des exemples des pastiches d'Hitler et des autres vidéos en ligne présentés dans ce chapitre possèdent un point commun: elles ont toutes été partagées et visionnées des centaines et des milliers, voire des millions de fois sur le Web. C'est ce phénomène de multiplication des partages et des visionnements que l'on qualifie souvent de «viral». Le concept de «viralité» comporte cependant des éléments beaucoup plus complexes et il ne peut être réduit «à tout succès d'audience sur Internet» (Beauvisage *et al.*, 2011, p. 151). En réalité, la notion de «viralité», particulièrement lorsqu'on l'applique à l'évaluation de la

popularité d'un contenu sur le Web, doit considérer plusieurs autres facteurs, lesquels peuvent avoir une incidence sur ce que l'on considère ou non comme étant viral.

Autrement dit, dès lors que l'on observe de près l'un ou l'autre de ces phénomènes empiriques, le récit modèle se teinte d'une multitude de nuances: la diffusion initiale du contenu a souvent de multiples origines; le rythme et la courbe de la diffusion au sein de la population varient d'un cas à l'autre, ce qui laisse penser à différentes images de la viralité; parmi les agents de la propagation, on trouve fréquemment des institutions ou des acteurs commerciaux; la diffusion horizontale s'accompagne souvent d'un relais de diffusion médiatique (Beauvisage *et al.*, 2011, p. 152).

Cette vision, à l'évidence plus éclatée, du concept de viralité comporte trois éléments importants à retenir, spécialement en ce qui concerne la vidéo en ligne. Premièrement, la notion de «quantité» ne fait pas foi de tout. Certes, le nombre de partages et de visionnements demeure important, mais il ne suffit pas à décrire le caractère viral d'une vidéo. Deuxièmement, la temporalité constitue un élément fondamental dans l'appréciation du phénomène de viralité. Un document visionné des milliers de fois en quelques minutes témoigne certainement d'une réalité particulière, laquelle interpelle un vaste bassin d'individus simultanément. On peut ainsi croire que le contexte possède ici une influence déterminante. Un événement, un phénomène ou une situation précise dans le temps peuvent à l'évidence concerner un bassin substantiel d'individus. Dans cette perspective, la vidéo en ligne constitue un point de convergence dans le cyberspace entre les internautes. Ce point de convergence s'avère, dans une certaine mesure, comparable à une mobilisation de plus ou moins grande envergure. On peut penser à des rassemblements électoraux ou à des soulèvements

populaires. Il importe toutefois de nuancer ces comparaisons, sachant que le visionnement d'une vidéo en ligne ne se traduit pas nécessairement par une action politique concrète. Il faut également souligner qu'outre l'élément circonstanciel, des facteurs liés à l'industrie du cyberspace contribuent à la viralité d'une vidéo en ligne. On peut penser aux modes de référencement ou aux algorithmes mis en place par Facebook, YouTube et, évidemment, Google. Ainsi, comme troisième élément, on ne peut ignorer le rôle des entreprises et des institutions médiatiques dans la popularité des contenus. Dans cette optique, le point de vue de Beauvisage *et al.* (2011) rejoint celui de Miège (2008a) soulignant la place prépondérante qu'occupe le géant Google en matière de partage d'informations tout particulièrement.

La concentration est ainsi l'une des marques pas toujours apparentes du système de diffusion des informations. Tout se passe comme si l'offre était largement ouverte à une gamme de producteurs beaucoup plus étendue qu'antérieurement, mais que la concentration de la diffusion (niveau où les groupes de communication les plus puissants se sont toujours positionnés) fonctionnait comme un goulot d'étranglement de nature technicommerciale (la position oligopolistique de Google est ainsi la marque première du dispositif de recherche d'informations) (Miège, 2008a, p. 27).

Cette mise au point s'avère fort pertinente, sachant que le site de partage de vidéos YouTube appartient justement à Google. Cependant, elle rejoint également un aspect fondamental de la politique dont il a été précédemment question, à savoir sa dimension collective. En effet, la perspective d'une certaine convergence dont semble en partie témoigner la viralité des contenus tranche avec la vision chaotique ou anarchique que plusieurs conservent de l'utilisation d'Internet et du cyberspace. De ce point de

vue, «l'hyperindividualisation⁷» des sociétés engendre, d'une certaine façon, une agglomération vers les mêmes contenus. À la limite, l'effet devient le même que pour les médias traditionnels, c'est-à-dire que l'on assiste à une concentration des auditoires vers les mêmes types de vidéos (Chaptal, 2007). Sans prétendre que les points de vue qui y sont présentés influencent directement les comportements sociaux et politiques des individus, on peut penser qu'ils participent tout de même à la construction de l'opinion publique. En ce sens, le «je» exprimé à travers la réalisation et la diffusion d'une vidéo de type «même» ou autre plusieurs fois partagée en ligne participent forcément à l'émergence d'un «nous». De plus, le fait que cette vidéo soit devenue «virale» témoigne de certains lieux communs, voire partagés par un groupe ou une communauté. En ce sens, la vidéo virale comporte des référents, des thématiques, des idées et bien sûr des images dans lesquelles une masse critique de personnes peuvent se reconnaître ou s'identifier. Dans cette optique, même les contenus vidéo les plus banals diffusés dans le cyberspace peuvent comporter une dimension politique dans la mesure où ils participent à la construction du vivre-ensemble à travers l'établissement de repères collectifs.

7.2.3 / **Le concept d'«audiovitie»**

Il existe donc un cumul d'informations, de perceptions et d'interprétations qui circulent à travers la multiplication des partages de vidéos en ligne. Forcément, les nombreux visionnements, les commentaires exprimés sur les différents sites de partages, sur YouTube en particulier, et les nouveaux contenus proposés participent à la consolidation ou à la division de certaines opinions. On peut ainsi penser que la compréhension d'une réalité sociale et politique s'avère parfois influencée par les propos tenus à l'intérieur d'une capsule diffusée sur le Web, incluant les documents

humoristiques. Qui plus est, si on pousse plus loin la réflexion, le type de contenu visionné par une population donnée en dit certainement un peu sur ses champs d'intérêt, voire sur ses comportements. Sans parvenir à établir une mesure précise d'impact, on peut reconnaître que cette «inter-influence» des contenus participe à la construction des identités individuelles et collectives. On peut alors se référer au concept d'«audiovitie» élaboré par Devars (2011), qui, partant de la notion de «littératie» définie par Goody (1979), permet de mieux cerner cette idée d'accumulation des savoirs et des connaissances, spécialement par l'intermédiaire de la vidéo numérique en ligne. On considère alors l'audiovitie comme

[u]n patrimoine d'objets, de signes, de formes et sur un ensemble de pratiques, qui témoignent de l'appropriation progressive de la technique par un nombre grandissant d'acteurs et du fait que les objets audiovisuels en ligne s'imprègnent de savoirs médiatiques préexistants (Devars, 2011, p. 124).

Dans cette perspective, même les contenus les plus insignifiants véhiculés par la vidéo numérique en ligne peuvent dépasser le stade de la banalité ou de la trivialité. Et bien que bon nombre des documents circulant sur la Toile proviennent d'initiatives personnelles et d'intérêts individuels, ce type de communication peut engendrer des conséquences plus larges en passant de l'espace privé à l'espace public. Le cyberspace regorge de vidéos réalisées, diffusées et commentées par autant d'individus plus ou moins anonymes ou, du moins, relativement absents des principales tribunes publiques, notamment la télévision, la radio ou les journaux. Ces personnes y vont de leurs commentaires, de leurs visions d'une réalité donnée, lesquelles s'avèrent à leur tour partagées, commentées, critiquées, etc. C'est ainsi que le patrimoine audiovisuel se

construit à travers le cyberspace, en fonction de la participation des internautes, des producteurs et des consommateurs de vidéos en ligne tout particulièrement.

On peut prendre pour exemple une vidéo réalisée par un internaute au lendemain de l'attaque de janvier 2017 dans une mosquée de la ville de Québec, qui invite la population à faire preuve d'ouverture et de tolérance envers les membres de la communauté musulmane. Simplement à partir de sa résidence et avec son téléphone portable, l'auteur de la vidéo, Stéphane Lépine, fait part de son point de vue sur les conséquences entourant l'alimentation des préjugés culturels, raciaux et religieux⁸. Il semble que son témoignage, évoquant sa rencontre avec un Marocain de confession musulmane qu'il considère désormais comme son frère, ait rejoint bon nombre de personnes. Selon le site d'actualité 20minutes.fr (2017), «[l]a vidéo approche non seulement le million de vues, mais elle a également été partagée plus de 27 000 fois et compte plus de 4 400 commentaires⁹». Ainsi, considérant le concept d'audiovie, on peut penser que le témoignage de Stéphane Lépine participe à l'interprétation et à la compréhension de notions abondamment discutées à travers l'actualité, à savoir les notions de racisme, de tolérance, d'islamophobie, etc. Il ne s'agit plus que d'un simple point de vue offert par un individu inconnu dans la sphère publique. Que l'on partage ou non les positions du vidéaste, il s'agit plutôt d'une contribution réelle et à large échelle d'un acteur privé à un débat de société. À l'évidence, donc, les frontières entre ce qui relève du privé et du public apparaissent à première vue beaucoup moins franches. La portée individuelle ou collective des vidéos diffusées en ligne va certainement dans la même direction. C'est particulièrement en ce sens que la relation entre la communication politique et la vidéo en ligne semble se complexifier.

7.3 / La communication politique et la vidéo en ligne: les liens conceptuels

Évidemment, plusieurs concepts peuvent être rattachés de près ou de loin à cette relation entre la communication politique et la vidéo en ligne. Comme le précisent Gerstlé et Piar (2016, p. 13), à lui seul, le concept de «communication» est «caractérisé par une surcharge de sens, dans les langages ordinaires et dans des disciplines différentes, aggravé par un succès de mode qui tend à multiplier les emplois du terme et lui donne un tour quelque peu magique». On comprend donc que toute entreprise de définition des contours conceptuels entourant notamment la communication politique en tant qu'objet d'étude s'avère périlleuse. Dans cette perspective, la proposition de définition suivante vise davantage à garantir une meilleure compréhension de la réflexion proposée et à en vérifier les articulations au sein d'exemples précis.

7.3.1 / Une définition de la communication politique

Toujours selon Gerstlé et Piar (2016), il existe essentiellement quatre conceptions de la communication politique, à savoir les conceptions instrumentale, œcuménique, compétitive et délibérative. Cette façon de considérer la communication politique comme objet d'analyse apparaît fructueuse dans une volonté de l'appliquer à la vidéo en ligne. On s'attardera toutefois uniquement aux dimensions instrumentale et œcuménique, et ce, pour essentiellement deux raisons. Premièrement, comme il en sera question un peu plus loin, ces deux conceptions se retrouvent aux opposées d'un continuum conceptuel autour de la communication politique. Deuxièmement, on peut considérer la conception compétitive comme faisant partie de la dimension stratégique, tandis que la conception délibérative se

rapporte à la vision œcuménique. En outre, cette opposition situe également le débat à l'intérieur de l'approche privilégiée dans la présente réflexion, à savoir l'approche individualiste ou davantage collective.

7.3.2 / La conception instrumentale de la communication politique

Comme le précise Gerstlé et Piar (2016), la conception instrumentale renvoie à la dimension stratégique de la communication politique, c'est-à-dire qu'elle concerne surtout les acteurs politiques et est utilisée à des fins de conviction, dans les campagnes électorales par exemple. La communication politique devient ici un instrument au service des acteurs et, ultimement, du pouvoir politique. On se rapproche ici vraisemblablement d'une vision plus pessimiste et dominatrice de la communication politique. De ce point de vue, l'usage de la vidéo en ligne servira à des fins de propagande ou, à tout le moins, de manipulation de l'opinion publique. D'une certaine façon, la population «subit» alors la communication plus qu'elle en bénéficie. On rejoindra ici les nombreuses perspectives critiques des effets réels des médias sociaux, ou plus largement d'Internet, devenus courroies de transmission des dominants au même titre que les médias de masse traditionnels (Eyries, 2015; Miège, 2008a; Bouquillion *et al.*, 2006). Ce point de vue critique est aussi efficacement soulevé par George (2008).

De nombreuses recherches empiriques ont conduit à remettre en cause cette vision idéaliste du développement du réseau Internet pour diverses raisons: des niveaux d'accès aux dispositifs techniques et d'appropriation fort différents les uns des autres, des propensions très variées à la «prise de parole» publique témoignant d'un capital culturel inégalement réparti, des caractéristiques du mode de vie capitaliste à commencer par le manque de temps

disponible et le temps passé... devant les médias dits de masse, etc. (George, 2008, p. 3).

Cela dit, la dimension instrumentale de la communication politique ne peut se résumer qu'à des aspects négatifs. Par exemple, une publicité électorale, même si elle constitue avant tout un outil de stratégie médiatique de la part d'une formation politique ou d'un candidat, comporte tout de même des informations. Une bonne partie de l'électorat base d'ailleurs ses choix sur ces publicités de campagne (Hillygus et Shields, 2008; Norris, 2000). On peut en ce sens croire que les vidéos de campagne diffusées en ligne ont aussi cette utilité. Cependant, selon cette vision instrumentale, l'implication ou le rôle de la population dans la création et la diffusion de vidéos en ligne demeure limité. Elle fait également entrer un des concepts centraux des dynamiques politiques, le concept de «pouvoir». Et comme en ce qui concerne les médias considérés comme plus traditionnels, le Web et la vidéo en ligne engendrent fort probablement une division entre les groupes informés et ceux qui le sont moins.

En ce sens, l'idée selon laquelle le cyberspace permet de démocratiser la connaissance et de diminuer les écarts entre ceux ayant accès au savoir et les autres moins informés relève davantage de l'utopie. La relation entre savoir et pouvoir telle que décrite par Foucault (1975) s'applique à l'évidence aux liens entre vidéo en ligne et communication politique. Par exemple, sous l'apparence d'une participation active dans l'espace public, le youtubeur demeure à bien des égards soumis à la volonté des plus grands et des plus forts. On peut à nouveau penser à l'empire Google. En outre, la fracture numérique que décrivent plusieurs observateurs autour de l'utilisation du Web 2.0 semble également correspondre à la relation savoir-pouvoir. Aux États-Unis, on remarque ainsi que les personnes plus informées auront plus tendance à

consommer des contenus informatifs en ligne que celles dont le niveau de connaissance est moins élevé (Prior, 2007). Certes, comme cela a été démontré précédemment dans ce chapitre, les contenus les plus banals comportent bien souvent une dimension politique, mais cela ne signifie pas pour autant qu'ils constituent une source abondante d'informations politiques. On peut donc penser qu'à l'instar des médias traditionnels, la vidéo en ligne s'avère, à bien des égards, plus populaire sur le plan du divertissement que de la connaissance. Elle répète ainsi le modèle du pouvoir vertical, du haut vers le bas, que l'on observe depuis des décennies dans bien des sociétés.

7.3.3 / La conception œcuménique de la communication politique

Du point de vue opposé, la conception œcuménique proposée par Gerstlé et Piar (2016) remet en perspective le modèle *top-down* de la communication politique. D'une certaine façon, on rejoint ici l'idéal démocratique d'Habermas ou de Rawls, dans la mesure où l'espace public devient un lieu de débats et d'échanges permettant une prise de décision éclairée (Girard, 2009). Il s'agit donc de considérer l'apport positif de la communication, à travers les médias en particulier, sur la compréhension, la perception et la participation politiques. Le caractère œcuménique de la communication politique correspond dans cette perspective, comme le mentionne Norris (2000), à un «cercle vertueux».

Conséquemment, les sites de partage de vidéos en ligne, comme bon nombre de médias sociaux, représentent désormais des tribunes efficaces permettant à quiconque de faire part de ses commentaires et opinions, mais aussi de proposer ses propres contenus originaux, dans une forme d'*empowerment* rendue possible grâce aux TIC. Selon George (2008, p. 9), les utilisateurs des TIC sont des

«entrepreneurs de soi» qui, dans leurs activités quotidiennes, font leur propre «autopromotion» pour «se mettre en valeur, à la fois pour des fins monétaires et symboliques». On comprend donc qu'à travers la diffusion de vidéos en ligne, le producteur ou le diffuseur de contenu investit la sphère publique. Ce phénomène d'individualisation de l'espace public et social est clairement résumé par Miège (2008b, p. 133):

[A]insi la publicisation des opinions ne se limite plus à la sphère politique et intègre aujourd'hui des opinions relevant des modes de vie et des modes d'être ensemble, ce qui a amené les médias, y compris les médias de masse, à s'intéresser au traitement des problèmes d'ordre personnel, relevant de la *privacy*.

Cette personnalisation de l'espace public vient parfois remettre en question l'authenticité du message d'une certaine façon ou, à tout le moins, les véritables intentions derrière une volonté de se mettre en scène et d'offrir publiquement son point de vue. Comme l'ont constaté Baumgartner et Morris (2010) pour les médias sociaux en général, une intervention politique effectuée en ligne ne démontre pas une volonté réelle de prendre part à un débat. Peut-être signifie-t-elle davantage un désir essentiellement égocentrique de voir son image circuler abondamment sur le Web.

Une chose demeure certaine cependant, l'apparition du Web 2.0 ouvre de plus en plus grand la porte d'entrée de l'espace public à l'espace privé. Sur le plan de la vidéo en ligne, on utilise alors l'expression *youtubeur* (et ses dérivés *youtuber* ou *youtubing*), en référence au populaire site de partage de vidéos YouTube, pour désigner les personnes qui réalisent et, bien souvent, mettent en ligne des vidéos (Holmbom, 2015). À ce propos, l'exemple de la question

d'un youtubeur, portant sur le réchauffement climatique et posée lors d'un débat télédiffusé des candidats à l'investiture démocrate en vue de l'élection présidentielle de 2008 aux États-Unis, est éloquent. Au cours de l'événement, quelques vidéos diffusées sur YouTube et comportant une question à l'attention des candidats avaient été préalablement choisies. Une vidéo mettant en scène un bonhomme de neige visiblement préoccupé par la question du climat et de l'environnement a ainsi été présentée au moment du débat en direct sur CNN. «Qu'allez-vous faire pour que mon fils vive une vie heureuse¹⁰?», demandait le bonhomme de neige aux membres du panel. Comme l'avait précisé alors l'animateur du débat, «il s'agit d'une vidéo amusante, mais la question demeure sérieuse¹¹». De fait, sous ses apparences pour le moins ludiques, le document traitait d'un sujet d'actualité politique important, lequel interpelle encore la classe politique et la population dans son ensemble.

Évidemment, cette vision presque utopique selon certains de l'utilité du Web 2.0 dans l'existence d'un véritable dialogue entre la classe dirigeante et la classe dirigée correspond à cette conception œcuménique. Si on considère uniquement la vidéo en ligne, par exemple, et YouTube en particulier, on peut croire que la facilité et l'accessibilité de la technologie rendent la prise de position publique plus accessible et plus largement diffusée. Nul doute en ce sens que la possibilité de produire des contenus originaux ou de commenter des vidéos à partir de son téléphone portable contribue à une forme de démocratisation de l'espace public. Toutefois, il importe à nouveau de ne pas sombrer dans le déterminisme technologique ou de considérer l'accessibilité à la vidéo numérique comme engendrant automatiquement de nouvelles façons de faire de la communication politique. C'est là une nuance importante apportée par plusieurs auteurs, dont Flichy (2008, p. 153),

lequel souligne plus largement cette réserve à l'égard des TIC: «Les nouvelles techniques n'induisent pas de nouveaux usages, elles s'inscrivent dans des pratiques antérieures qui perdurent. Les usagers voient là des possibilités pour intensifier certaines de leurs pratiques existantes. En adoptant la technique, ils l'adaptent.»

C'est toutefois à la prudence et non exclusivement à la méfiance que Flichy nous invite à travers cette affirmation. Dans l'optique d'une conception œcuménique de la communication politique, cela signifie essentiellement trois choses. La première, c'est qu'en dépit de l'accessibilité technologique, il faut convenir de l'aspect idéaliste pouvant émerger de l'utilité véritable d'un point de vue personnel exprimé par la vidéo en ligne. La seconde, c'est qu'il faut demeurer prudent face à l'interprétation des effets et du rôle des nouvelles technologies de communication. Si, par exemple, on ne peut nier la multiplication des partages de vidéos en ligne, cela ne signifie pas pour autant que le procédé vient révolutionner les comportements et les attitudes politiques. La technique a certes considérablement changé, mais ses effets restent à évaluer. Troisième chose enfin, en dépit de la prudence dont il faut faire preuve, un constat évident doit être effectué semble-t-il: la vidéo en ligne, YouTube en particulier, occupe une place importante dans le paysage médiatique et politique contemporain et, évidemment, dans le cyberspace.

7.4 / YouTube et la communication politique

En effet, depuis sa création en 2005, la popularité du site de partage de vidéos ne se dément pas. On estime qu'à lui seul, YouTube produit en 60 jours ce que les trois principaux réseaux américains de télévision ont produit en 60 ans^{[12](#)}. Juste au Québec, selon le Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (CEFRIO, 2015), YouTube

représente le deuxième média social le plus utilisé, tout juste derrière Facebook. De toute évidence, le poids du site de partage de vidéos en ligne s'avère de plus en plus substantiel au sein de l'appareil médiatique et de la sphère publique, dont la politique fait partie à bien des égards.

7.4.1 / YouTube comme outil de mobilisation populaire

Par ailleurs, si les gouvernements, les formations ou les institutions politiques utilisent YouTube pour passer leurs messages, la population en général fait de même. C'est sans doute là un des éléments les plus importants de l'apport du Web 2.0, à travers la vidéo en ligne en l'occurrence, dans les récents bouleversements au sein des modes de communication politique. Les exemples pouvant illustrer ce phénomène sont légion. À cet égard, certains estiment que la diffusion de vidéos sur YouTube a joué un rôle important dans les soulèvements populaires du Printemps arabe de 2011, en Syrie tout particulièrement (Khamis, Gold et Vaughn, 2012). C'est également le point de vue de Boughzala, Bouzid et Moscarola (2012, p. 2), qui soulignent le rôle mobilisateur des MSN dans les événements du printemps 2011 au Moyen-Orient et en Afrique du Nord:

En effet, *Twitter, Facebook, YouTube*, etc., ont permis de partager les informations en temps réel, d'organiser les manifestations et de motiver les troupes. Ces nouveaux moyens de communication ont offert à ces peuples un nouvel espace d'auto-organisation pour bien mener leurs révolutions et ont permis à la foule de surmonter leur paralysie de peur, ce que, à priori, les médias classiques n'auraient [*sic*] pas permis.

Boughzala, Bouzid et Moscarola (2012) affirment également que depuis les soulèvements du Printemps arabe, les élites politiques de la région prennent plus au sérieux les commentaires et les messages diffusés par la population sur les MSN. Dans le cas de la vidéo en ligne, certaines images diffusées sur le Web viennent par ailleurs marquer les esprits. Le cas de Mohamed Bouazizi apparaît à cet égard un exemple on ne peut plus probant. On peut croire en effet que la diffusion des images de ce marchand ambulant s'immolant par le feu pour protester contre les politiques du gouvernement tunisien a contribué à la chute du président Ben Ali.

On ne peut évidemment pas affirmer que YouTube constitue dans ce cas précis le principal facteur des manifestations menant à la fin du régime autoritaire alors en place en Tunisie. On peut même remettre en question ses effets réels à la lumière d'autres événements qui, en dépit des images diffusées sur YouTube, n'ont pas débouché sur la chute d'un régime ou d'un gouvernement - pensons aux protestations en Iran en 2009 ou en Syrie en 2011. Toutefois, il faut reconnaître, d'une part, que le rôle que joue la plateforme de partage de vidéos en ligne dépasse celui de la communication, de la transmission des images et des messages. YouTube joue, dans le cadre du Printemps arabe en particulier, un véritable rôle politique. D'autre part, ce rôle est défini en partie par les utilisateurs de la plateforme qui diffusent et commentent les vidéos en ligne. Les effets politiques d'un média, qu'il soit traditionnel ou non traditionnel, s'apprécient notamment par les bouleversements que peut engendrer la diffusion d'images ou de propos jugés inadmissibles par une partie de la population. Ce sont à la fois ces dénonciations, ces injustices et le dégoût qu'elles suscitent qui s'avèrent exprimés à travers les vidéos et les commentaires diffusés sur YouTube. De ce point de vue, on ne peut nier que

YouTube devient un incontournable de la communication politique, malgré ces effets parfois limités.

7.4.2 / **YouTube comme outil de contrôle du message**

Si le partage de vidéos en ligne représente d'une certaine façon un outil de contre-pouvoir face aux élites politiques, il peut également devenir un outil de propagande efficace ou de contrôle du message. Au Canada, par exemple, la quasi-totalité des principaux partis politiques, fédéraux comme provinciaux, diffuse et partage du contenu vidéo sur la Toile. Le premier ministre fédéral Justin Trudeau, en poste depuis 2015, a sa propre chaîne YouTube¹³, et il n'est pas le seul chef de gouvernement ou d'État à user de cette technologie. Aux États-Unis, comme ce fut aussi le cas pour l'ancien président Barack Obama, la Maison-Blanche diffuse de nombreux messages du président élu en 2016, Donald Trump, à travers le populaire site de partage de vidéos en ligne¹⁴. En France, une partie de la campagne électorale de 2017 s'est déroulée sur YouTube, où les candidats, des plus populaires aux moins présents dans les médias traditionnels, ont débattu et se sont interpelés par vidéos interposées¹⁵. Durant les présidentielles américaines de 2015, on estime que l'électorat a consommé 100 fois plus de contenu sur YouTube pour obtenir des informations au sujet du scrutin que sur les médias traditionnels¹⁶. De ce point de vue, pas de doute, la vidéo en ligne constitue un outil de communication incontournable des campagnes électorales contemporaines. C'est ce qui fait dire à certains observateurs que l'on assiste désormais à une véritable «youtubification» des discours politiques (English, Sweetser et Ancu, 2011).

Outre dans le cadre des campagnes électorales, les formations politiques diffusent bon nombre de vidéos en ligne pour transmettre leurs messages directement aux

électeurs, pour conserver un lien entre les élections, pour faire pression sur la classe dirigeante ou pour sensibiliser la population à certains enjeux (English, Sweetser et Ancu, 2011). Mais, encore une fois, les preuves incontestables quant aux effets ou à la portée réelle de l'utilisation des MSN, de YouTube en l'occurrence, sur les attitudes et les comportements politiques des individus demeurent plutôt modestes. C'est du moins ce que confirme l'étude d'English, Sweetser et Ancu. Malgré l'utilisation abondante de la vidéo en ligne par l'électorat pour obtenir de l'information lors des présidentielles américaines de 2008, on n'a pas observé d'effets significatifs de l'exposition aux vidéos sur le cynisme, sur l'intérêt ou sur l'information politique des utilisateurs (English, Sweetser et Ancu, 2011). Sans renier le rôle politique que peut jouer YouTube, il faut de toute évidence demeurer prudent en ce qui concerne les incidences concrètes du populaire site de partage de vidéos en ligne sur les électeurs.

Dans un autre registre, on peut également souligner l'omniprésence des mouvements extrémistes djihadistes, le groupe armé État islamique en particulier, qui font fréquemment usage du cyberspace et de la vidéo en ligne à travers YouTube notamment pour nourrir la peur, promouvoir leurs actions et recruter de nouveaux membres (El Difraoui, 2016; Napoleoni, 2015). Ce «savoir-faire» du groupe terroriste a notamment été acquis de l'usage de la vidéo en ligne précédemment effectué par d'autres organisations salafistes comme Al-Qaïda, tout particulièrement (Hanne, 2015). Sur le plan de la propagande terroriste, nul doute donc que YouTube s'avère fréquemment sollicité.

Conclusion

À l'évidence, la vidéo en ligne s'est fortement imposée au sein des dynamiques politiques contemporaines. Quelques constats peuvent ainsi être soulevés à la lueur de cette réflexion. En premier lieu, sans doute le plus évident même s'il ne faisait pas vraiment partie de la présente analyse: les effets de la diffusion et du partage de vidéos demeurent difficiles à observer. La littérature le souligne à maintes occasions: mesurer les effets de cet outil de communication constitue une tâche difficile. En second lieu, au-delà des effets, le rôle politique de la vidéo numérique s'avère aussi complexe à analyser et à saisir avec précision. D'une part, il l'est en raison de la difficulté à déterminer avec exactitude ce qui relève du politique ou non. D'autre part, la considération des concepts de «même» et d'«audiovité» témoigne des dimensions sociales et politiques des vidéos, presque sans égards à leur contenu, et de l'importance de prendre en compte l'aspect «partage» dans ce processus communicationnel. Troisième constat, l'utilisation de la vidéo en ligne contribue à rendre plus floues les frontières entre espace privé et espace public. Ainsi, si la démocratisation des méthodes de production et de diffusion offre la possibilité aux individus de transmettre directement leurs messages vidéo dans le cyberspace, la place et le rôle qu'occupent ces points de vue dans l'espace public fluctuent en raison de multiples facteurs. Nul doute que des éléments contextuels doivent être pris en considération, comme en témoignent les soulèvements du Printemps arabe.

Cependant, il faut reconnaître à nouveau que le rôle et les répercussions de la vidéo en ligne plus précisément changent en fonction des périodes, des régimes et des pays concernés. Ajoutons que, à la lueur de l'utilisation de la vidéo en ligne par les partis, les gouvernements et les acteurs politiques, les plateformes de partage de vidéos en ligne comme YouTube constituent des outils efficaces de

transmission des messages, voire de promotion et de propagande dans certains cas. Et comme pour la plupart des médias sociaux, YouTube ne constitue pas pour autant un véritable espace de dialogue entre l'électorat et la classe politique. Dans cette perspective, la portée collective et politique des actions individuelles d'un youtubeur dépend, encore une fois, de plusieurs facteurs. On peut à nouveau rappeler les facteurs conjoncturels et contextuels, mais aussi ceux de nature institutionnelle ou organisationnelle, notamment les questions de réseaux. Ainsi, la poursuite de la recherche demeure vraisemblablement essentielle afin, entre autres, de parvenir à évaluer plus précisément les dynamiques et les effets de cette pratique. On peut tout même affirmer sans trop risquer de se tromper que la vidéo en ligne représente désormais un outil de communication politique incontournable sur lequel, comme ce fut le cas pour les médias traditionnels, la science politique doit se pencher.

Bibliographie

20MINUTES.FR (2017). *Après l'attentat de Québec, le message de fraternité d'un Canadien fait le tour du web*, 5 février, <<http://www.20minutes.fr/high-tech/2008983-20170205-apres-attentat-quebec-message-fraternite-canadien-fait-tour-web>>, consulté le 15 août 2017.

BAHAR, M. (2017). «France: à la veille de l'élection présidentielle, les politiques s'emparent de YouTube», *France 24*, <<http://www.france24.com/fr/20170112-france-candidats-election-presidentielle-politique-youtube-philippot-fn-melenchon-youtubeur>>, consulté le 15 août 2017.

BAUMGARTNER, J.C. et J.S. MORRIS (2010). «MyFaceTube politics: Social networking Web sites and political engagement of young adults», *Social Science Computer Review*, vol. 28, n° 1, février, p. 24-44.

BEAUVISAGE, T. *et al.* (2011). «Le succès sur Internet repose-t-il sur la contagion? Une analyse des recherches sur la viralité», *Tracés*, vol. 11, n° 21,

p. 151-166.

BOUGHZALA, Y., I. BOUZID et J. MOSCAROLA (2012). «Le rôle des réseaux sociaux et des TIC dans les révolutions arabes: les résultats d'une enquête», *Le Sphinx*, <http://www.lesphinx-developpement.fr/blog/wp-content/uploads/2012/04/YB_IB_JM1.pdf>, consulté le 15 août 2017.

BOUQUILLION, P. *et al.* (2006). «À propos des mouvements récents (2004-2005) de concentration capitaliste dans les industries culturelles et médiatiques», *Le Temps des médias*, vol. 3, n° 6, p. 151-164.

BÜHLER, M. (1974). «Schémas d'études et modèles de communication», *Communication et langages*, vol. 24, n° 1, p. 31-43.

CEFRIO (2015). «NetTendances 2015», <<http://www.cefrio.qc.ca/nettendances/les-medias-sociaux-plus-presents-dans-le-processus-d-achat-des-quebecois/plateformes-sociales-utilisees-par-les-adultes-quebecois/#facebook-et-youtube-au-dessus-de-la-melee>>, consulté le 15 août 2017.

CELLARD, A. (1997). «L'analyse documentaire», dans J. Poupart *et al.*, *La recherche qualitative*, Boucherville, Gaëtan Morin éditeur, p. 251-271.

CHAPTAL, A. (2007). «Usages prescrits ou annoncés, usages observés. Réflexions sur les usages scolaires du numérique par les enseignants», *Document numérique*, vol. 10, n° 3, p. 81-106.

DESJARDINS, G. (2012). «Le futur de YouTube: de la télévision au cinéma», *Ici Radio-Canada*, 25 janvier, <<http://blogues.radio-canada.ca/triplex/2012/01/25/futur-youtube-television-cinema/>>, consulté le 15 août 2017.

DEVARS, T. (2011). «Pour une poétique de l'«audiovie» : l'impensé de la culture audiovisuelle. Le cas des vidéos politiques», *Communication & langages*, n° 167, p. 123-139.

DEVARS, T. (2015). «Les vidéos politiques au prisme de la trivialité», *Communication & langages*, vol. 15, n° 185, p. 89-106.

EL DIFRAOUI, A. (2016). *Le djihadisme*, Paris, Presses universitaires de France.

ENGLISH, K., K. SWEETSER et M. ANCU (2011). «YouTube-ification of political talk: An examination of persuasion appeals in viral video», *American Behavioral*

Scientist, vol. 55, n° 6, p. 733-748.

EYRIES, A. (2015). *Communication poli-tweet – La politique gagnée par les TIC*, Paris, L'Harmattan.

FLICHY, P. (2008). «Internet et le débat démocratique», *Réseaux*, vol. 150, n° 4, p. 159-185.

FOUCAULT, M. (1975). *Surveiller et punir*, Paris, Gallimard.

GEORGE, E. (2008). «En finir avec la “société de l’information”?», *Tic et société*, vol. 2, n° 2, <<http://ticetsociete.revues.org/497>>, consulté le 15 août 2017.

GERSTLÉ, J. et C. PIAR (2016). *La communication politique*, 3^e édition, Paris, Armand Colin.

GINGRAS, A.-M. (dir.) (2003). *La communication politique: état des savoirs, enjeux et perspectives*, Québec, Presses de l’Université du Québec.

GINGRAS, F.-P. et C. CÔTÉ (2009). «La sociologie de la connaissance», dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale: de la problématique à la collecte des données*, Québec, Presses de l’Université du Québec, p. 19-50.

GIRARD, C. (2009). «Raison publique rawlsienne et démocratie délibérative. Deux conceptions inconciliables de la légitimité politique?», *Raisons politiques*, vol. 2, n° 34, p. 73-100.

GOODY, J. (1979). *La raison graphique, la domestication de la pensée sauvage*, Paris, Les éditions de Minuit.

GOOGLE (2016). «The presidential elections on YouTube», <http://think.storage.googleapis.com/docs/The_Presidential_Elections_On_YouTube.pdf>, consulté le 15 août 2017.

HANNE, O. (2015). «État islamique, un cyberterrorisme médiatique?», *Res Militaris*, p. 1-3.

HILLYGUS, S.D. et T.G. SHIELDS (2008). *The Persuadable Voter: Wedge Issues in Political Campaigns*, Princeton, Princeton University Press.

HOLMBOM, M. (2015). *The YouTuber: A Qualitative Study of Popular Content Creators*, Umeå, Umeå universitet.

KHAMIS, S., P.B. GOLD et K. VAUGHN (2012). «Beyond Egypt’s “Facebook revolution” and Syria’s “YouTube uprising”: Comparing political contexts, actors and communication strategies», *Arab Media & Society*, n° 15, p. 1-30.

- LERAY, C. et I. BOURGEOIS (2016). «L'analyse de contenu», dans B. Gauthier et I. Bourgeois, *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*, 6^e édition, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 427-454.
- MAKOOI, B. (2017). «France: à la veille de l'élection présidentielle, les politiques s'emparent de YouTube», France 24, <<http://www.france24.com/fr/20170112-france-candidats-election-presidentielle-politique-youtube-philippot-fn-melenchon-youtubeur>>, consulté le 15 août 2017.
- MIÈGE, B. (2008a). «L'imposition d'un syntagme: la Société de l'information», *Tic et société*, vol. 2, n° 2, p. 11-34.
- MIÈGE, B. (2008b). «Médias, médiations et médiateurs, continuités et mutations», *Réseaux*, vol. 2, n° 148-149, p. 117-146.
- MONDOUX, A. (2011). «Identité numérique et surveillance», *Les Cahiers du numérique*, vol. 7, n° 1, p. 49-59.
- NAPOLEONI, L. (2015). *L'État islamique: multinationale de la violence*, Paris, Calmann-Lévy.
- NORRIS, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communication in Postindustrial Societies*, Cambridge, Cambridge University Press.
- PRIOR, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*, Cambridge, Cambridge University Press.
- SHIFMAN, L. (2011). «An anatomy of a YouTube meme», *New Media & Society*, vol. 4, n° 2, p. 187-203.
- TREMBLAY, G. (2016). *TIC, culture, civilisation*, Document de cours – EDM9231, 13 janvier.
- WOLTON, D. (1989). «La communication politique: construction d'un modèle», *Hermès, La Revue*, vol. 1, n° 4, p. 27-42.

1 Bien que les techniques d'analyse en communication politique aient beaucoup évolué, le modèle des cinq questions (les cinq «*W*»), développé par Harold D. Lasswell dans les années 1920, demeure pertinent en analyse de contenu (Bühler, 1974, p. 35).

2 Traitant de l'intuition en sciences, Gingras et Côté (2009) rappellent le caractère parfois intuitif et fortuit de certaines découvertes. Ils donnent

notamment l'exemple de la chute de la pomme qui a constitué la bougie d'allumage de Newton pour élaborer sa théorie sur la gravité.

3 Rappelons également que les définitions de la communication politique sont nombreuses et que ses constituantes demeurent évoquées dans bon nombre d'ouvrages. Les textes de Wolton (1989) et de Gingras (2003) viennent à notre avis souligner ces trois principaux axes, généralement reconnus par la communauté scientifique, de la relation conceptuelle qui caractérise la communication politique.

4 On peut notamment se référer au chapitre de Cellard (1997), qui s'attarde essentiellement sur l'analyse de documents écrits.

5 On peut en voir le contenu à cette adresse: <<https://www.youtube.com/watch?v=dMH0bHeiRNq>>, consulté le 15 août 2017.

6 La vidéo est disponible à l'adresse suivante: <<https://www.youtube.com/watch?v=-l9LVZe8pyw>>, consulté le 15 août 2017.

7 J'épouse ici la perspective de Mondoux (2011) soulignant la prédominance du «je» sur le «nous» dans les pratiques numériques des individus sur les médias sociaux.

8 On peut visionner le document notamment à cette adresse: <<https://www.facebook.com/stephane.lepine.94/videos/vb.100010639503171/384054208625893/?type=2&theater>>, consulté le 15 août 2017.

9 <[20minutes.fr](http://www.20minutes.fr)> (consulté le 15 août 2017), *Après l'attentat de Québec, le message de fraternité d'un Canadien fait le tour du web*, <<http://www.20minutes.fr/high-tech/2008983-20170205-apres-attentat-quebec-message-fraternite-canadien-fait-tour-web>>, consulté le 15 août 2017.

10 Traduction libre de l'extrait vidéo disponible à cette adresse: <<https://www.youtube.com/watch?v=8K8GVAAOzMk>>, consulté le 15 août 2017.

11 Traduction libre de l'extrait vidéo disponible à cette adresse: <<https://www.youtube.com/watch?v=8K8GVAAOzMk>>, consulté le 15 août 2017.

12 Pour plus de détails, voir Desjardins, 2012.

13 On peut y accéder à cette adresse:
<<https://www.youtube.com/user/pmducanada>>, consulté le 15 août 2017.

14 On peut y accéder à cette adresse:
<<https://www.youtube.com/user/whitehouse>>, consulté le 15 août 2017.

15 Le populaire site *France24* décrit ce phénomène dans un article publié en ligne (Makooi, 2017).

16 Selon un rapport de l'entreprise Google (2016), propriétaire du site YouTube.

PARTIE 3 /

ANALYSE DES PHÉNOMÈNES CYBERPOLITIQUES

Les nouveaux objets cyberpolitiques

CHAPITRE 8 /

Le cyberspace, espace de conflits politiques

Samuel Sauvé

Tous les grands bouleversements en politique du conflit (*contentious politics*) ont été marqués par une transformation majeure des technologies de communication: la *Penny Press* au XIX^e siècle en Angleterre, le rôle de la télévision lors du mouvement des droits civiques aux États-Unis, le récepteur radio durant la révolution iranienne en 1979, les téléphones portables au moment des vagues protestataires aux Philippines au tournant du nouveau siècle, jusqu'à l'apparition du cyberspace et à l'emploi des blogues et médias sociaux (Tilly et Tarrow, 2015, p. 220). À l'instar des autres moyens de communication de masse, le cyber se pose comme un espace intangible de conflits exploitant les richesses fonctionnelles de nombreux outils tels que la télévision, la radio, les journaux et le téléphone¹.

Le 1^{er} janvier 1994, l'armée zapatiste de libération nationale (EZNL) se soulève dans la province du Chiapas, au Mexique, pour protester contre l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Le discours zapatiste reconfigure les modalités d'expression et de contestation politique par l'exploitation d'un nouvel espace de communication, le cyber² (Berchenko, 2000, p. 1). Le soulèvement zapatiste fut perçu comme un symbole de résistance par plusieurs sympathisants altermondialistes, qui firent connaître leurs messages et leurs revendications partout dans le monde en bâtissant des sites Internet et des listes de diffusion (Tilly et Tarrow, 2008, p. 128). Plus

récemment, les manifestations politiques liées au Printemps arabe et la nébuleuse altermondialiste démontrent une participation de plus en plus massive des citoyens et activistes sur les médias sociaux ainsi que dans l'ensemble du cyberspace.

La participation politique des individus contestataires s'ancre davantage dans les couches supérieures composant le cyberspace, dont parfois dans la couche logicielle, d'autres fois dans la couche informationnelle, et continuellement dans la couche sociale. Aujourd'hui, dans le cyberspace, les citoyens et militants peuvent participer de plusieurs manières aux crises, conflits et revendications impliquant l'État. Cette participation politique prend plusieurs formes: la diffusion d'information, le piratage informatique, la mobilisation d'acteurs politiques, la création de réseaux de militants, la promotion d'actions violentes, etc. Si les individus protestataires peuvent tirer profit de cette nouvelle plateforme d'expression, l'État peut mobiliser des ressources pour limiter ou encourager la participation politique citoyenne dans le cyberspace. À l'inverse, la participation politique des États s'ancre davantage dans les couches inférieures de l'architecture du cyber, puisqu'elles sont plus faciles à réguler, voire à contrôler, en raison de leur caractère plus «physique» (Choucri et Clark, 2012, p. 7). Ainsi, l'État peut déployer plusieurs outils et stratégies tels que les mesures légales, les requêtes informelles, la sous-traitance, l'interruption spontanée, le piratage patriotique et la surveillance ciblée (Deibert et Rohozinski, 2010, p. 50).

Même si l'apparition du cyberspace a provoqué plusieurs changements en politique du conflit, notamment en ce qui a trait aux stratégies et outils déployés par les individus protestataires, l'État est toujours un acteur central au cœur des conflits et crises de nature politique. Tilly et Tarrow (2008, p. 121) postulent que «les relations, institutions, opportunités, menaces et répertoires que présente un régime politique donné constituent le moule dans lequel se coule le

conflit populaire dans ce régime». Ils retracent deux caractéristiques fondamentales de l'État, en politique du conflit, dans le monde «réel»: les capacités de l'État³ et la nature du régime politique. Dans cette mesure, la nature du régime politique peut-elle influencer le répertoire d'actions⁴ déployé par les individus contestataires dans le cyber? Les transformations induites par le phénomène cyber sur les rapports contestataires pourraient-elles valider ou invalider, sur le plan empirique, la théorie élaborée par Tilly et Tarrow (2008)? À partir de données recueillies dans le Global Digital Activism Data Set et le Systemic Peace, ce chapitre vise à répondre à la question suivante: est-ce que la nature du régime politique influence les outils et stratégies déployés par les activistes lors des campagnes militantes numériques (CMN)⁵?

Ce chapitre étudie la première question à la base de l'ouvrage, soit celle entourant les changements sociaux et politiques induits par l'arrivée puis l'omniprésence du cyber dans les sociétés occidentales, mais aussi dans les sociétés relevant du monde non occidental. Il a pour principal objectif d'explorer les stratégies et outils déployés par les cyberactivistes, groupes de pression et mouvements sociaux dans le cyberspace. Nous discuterons dans un premier temps des transformations induites par l'avènement du cyber en politique du conflit. Nous explorerons ensuite le cyberspace comme outil de mobilisation politique dans les différents régimes politiques et contextes contestataires. Par la suite, nous aborderons le cadre méthodologique de la recherche. Finalement, nous présenterons l'analyse empirique de la recherche ainsi qu'une brève discussion.

8.1 / Le cyberspace, nouvel espace de conflits politiques

La construction du cyberspace pose de nouveaux défis pour les théoriciens en science politique. Huyghe (2012) présente le cyberspace comme «un cinquième espace, après la terre, la mer, l'air et la stratosphère popularisée par la guerre des étoiles, où peuvent se déployer une force et une pensée stratégique». Le cyber est une création artificielle de l'être humain en expansion et dont on peut difficilement faire abstraction aujourd'hui (Huyghe, 2012). Sans prétendre réduire le phénomène cyber à Internet, on observe une augmentation marquée du nombre d'internautes en vingt ans: en 1995, moins de 1% des habitants du monde étaient connectés sur la Toile, tandis qu'en 2015, ce pourcentage s'établit à plus de 40% de la population mondiale (Internet Live Stats, 2017). Toutefois, une fracture numérique persiste, d'une part, sur le plan géographique et, d'autre part, entre les segments de population⁶ (Pew Research Center, 2017).

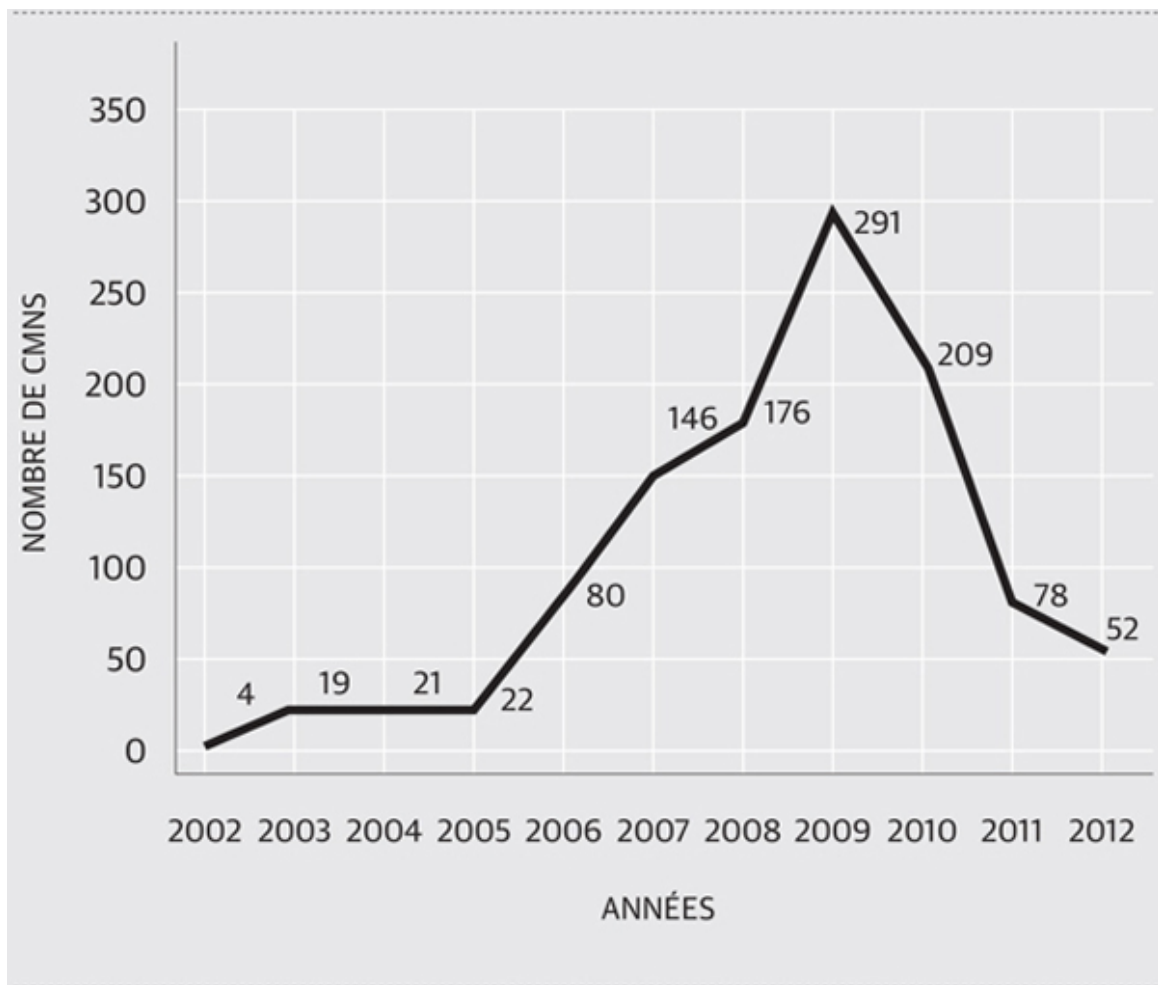
Selon Kempf (2013), deux caractéristiques peuvent être attribuées au cyberspace sur le plan stratégique: son universalité et sa non-létalité. D'un côté, le phénomène cyber est universel: «non seulement, le cyber est désormais sur la surface du globe, mais il est également présent dans tous les aspects de nos vies» (Kempf, 2013). Il s'observe dans les sociétés les plus démocratiques comme le Canada ou la Finlande, mais aussi au sein de sociétés plus autoritaires comme la Corée du Nord et la Chine. D'un autre côté, les actions déployées par les individus contestataires ne peuvent pas être létales pour d'autres acteurs dans le cyberspace. Cependant, elles peuvent avoir des répercussions néfastes dans le monde «réel». En effet, elles peuvent être source de sanctions et de violences dans le monde «réel». Les cas célèbres et controversés sont nombreux chez les blogueurs, journalistes, cyberactivistes (*hacktivists*) et opposants aux régimes politiques victimes de représailles de la part des États: Raif Badawi, Marzieh Rasouli, Parastoo Dokouhaki, Hamad al-Khaledi, Abdessamad Haydour, Jeremy Hammond, Barrett Brown, etc.

Le cyberspace modifie notre compréhension traditionnelle en matière de politique du conflit. Pour le comprendre, Choucri (2013) propose sept caractéristiques du phénomène cyber issues de transformations sur le plan du temps et de l'espace. Le cyberspace comme terrain de conflits 1) modifie la temporalité d'une action, la rendant pratiquement instantanée; 2) transcende les barrières géographiques et physiques; 3) outrepassse les limites des juridictions; 4) soutient les changements et reconfigurations; 5) réduit les barrières de la participation et de l'expression politiques; 6) complexifie l'identification des acteurs et les liens entre leurs actions; 7) dissocie les acteurs de leurs actions (Choucri et Clark, 2012, p. 3). Aujourd'hui, le cyber est un espace social et stratégique de conflits politiques favorisant l'inclusion d'un nombre croissant d'acteurs privés et publics.

8.1.1 / Le passage de l'activisme au cyberactivisme

Le cyberactivisme est un phénomène cyber qui croît en popularité depuis le tournant du XXI^e siècle: en 2000, 4 campagnes militantes numériques ont été répertoriées par le Digital Activism Research Project (DARP), en 2009, le nombre de CMN dépassait la barre des 291 ([figure 8.1](#)). Issu des changements provoqués par l'avènement du cyberspace, «le cyberactivisme suit un processus similaire que l'activisme, mais est le résultat de nouvelles dynamiques qui changent définitivement la pression sur les sociétés» (Illia, 2002, p. 328).

Figure 8.1 / Évolution du nombre de campagnes militantes numériques, 2002-2012



Source: GDADS V1, 2013.

Tout d'abord, le cyberactivisme trouve son origine dans une société encore plus complexe en raison de la multiplication des moyens de communication et de l'ubiquité du phénomène (Illia, 2002, p. 328). La convergence des outils traditionnels de communication, dans le cyber, facilite la mobilisation et l'organisation d'actions politiques. Les liaisons numériques entre militants ne cessent d'augmenter, notamment en matière de réseaux ou d'individus, mais aussi en matière de causes. L'omniprésence du cyber permet aux individus d'être en plusieurs lieux à la fois. En 1999, lors des manifestations de Seattle, les groupes contestataires

coordonnaient les actions de nombreux militants isolés dans les rues grâce au cyber (Eagleton-Pierce, 2001, p. 331). Par ailleurs, le phénomène cyber permet le déploiement d'une action quasi instantanément. En effet, un clic est aujourd'hui suffisant pour mobiliser un individu pour une cause – tout comme un clic l'est pour le démobiliser. La motivation des cyberactivistes n'est pas pour autant superficielle (Casilli, 2010, p. 98).

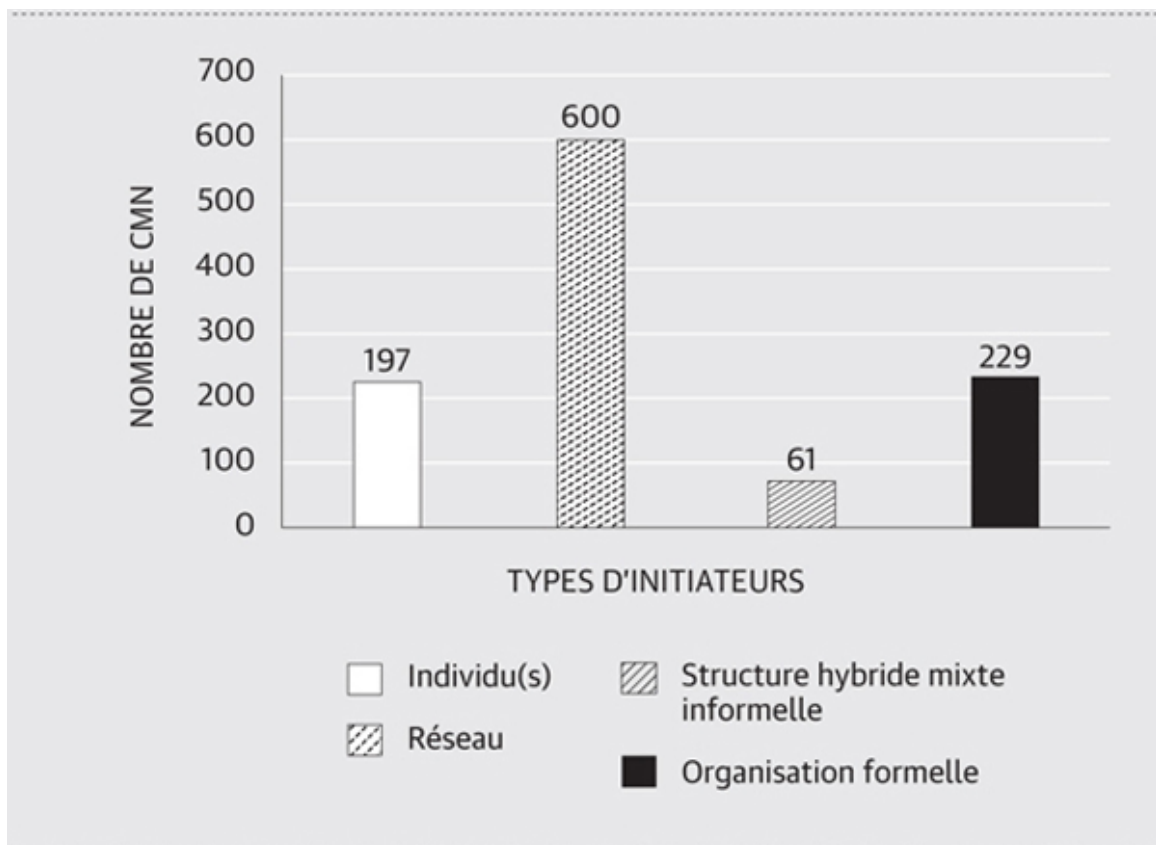
Ensuite, le cyberactivisme émerge d'une injustice présente dans une société, mais marginalisée dans l'espace public et les médias traditionnels (Illia, 2002, p. 328). Une opposition formelle existe entre les médias traditionnels⁷ et les nouveaux médias⁸. D'un côté, les blogueurs et militants se positionnent comme les défenseurs de la liberté d'expression contre les «marionnettes» du système. De l'autre, les journalistes traditionnels remettent en question le manque d'expérience et la crédibilité des chroniqueurs sur la Toile (Casilli, 2010, p. 89). Néanmoins, ces interactions produisent des synergies fructueuses favorables aux cyberactivistes: «les blogues prospèrent quand la presse [traditionnelle] leur sert de caisse de résonance» (Casilli, 2010, p. 90). Donc, si le cyberactivisme prend forme et gagne en visibilité sur Internet, les enjeux deviennent «grand public» lorsqu'ils sont traités à travers la lunette des médias traditionnels.

Contrairement à l'activisme, le cyberactivisme transcende plus facilement les barrières géographiques et les frontières. Le 17 décembre 2010, Mohamed Bouazizi, un marchand ambulant tunisien, s'immole après avoir été victime d'extorsion par un policier. Cet événement marque le début d'une série de manifestations qui mènera au départ de Zine el-Abidine Ben Ali, président de la République tunisienne du 7 novembre 1987 au 14 janvier 2011. La «révolution» tunisienne sera le point de départ d'une vague de protestations dans plusieurs pays en Afrique du Nord et au Moyen-Orient⁹ (Tufekci et Wilson, 2012). Ces manifestations

seront possibles grâce à la multiplication d'actions individuelles et collectives dans le cyber et dans le monde «réel».

La mobilisation politique dans le cyber s'organise sous la forme de CMN mises en œuvre par différents acteurs émergeant de la société civile. Entre 2002 et 2012, ces campagnes ont – majoritairement – été amorcées par des réseaux d'individus¹⁰. En l'occurrence, 197 d'entre elles ont été introduites par des individus isolés, 600 par des réseaux, 61 par des structures hybrides mixtes informelles¹¹ et 229 par des organisations formelles¹² ([figure 8.2](#)). Les CMN s'appuient souvent sur la mobilisation d'une pluralité d'acteurs travaillant de concert pour revendiquer et pour promouvoir une cause spécifique ou plus large.

Figure 8.2 / Ventilation des CMN par type d'initiateurs, 2002-2012



Source: GDADS V1, 2013.

8.1.2 / Le cyberspace, les conflits politiques et les régimes politiques

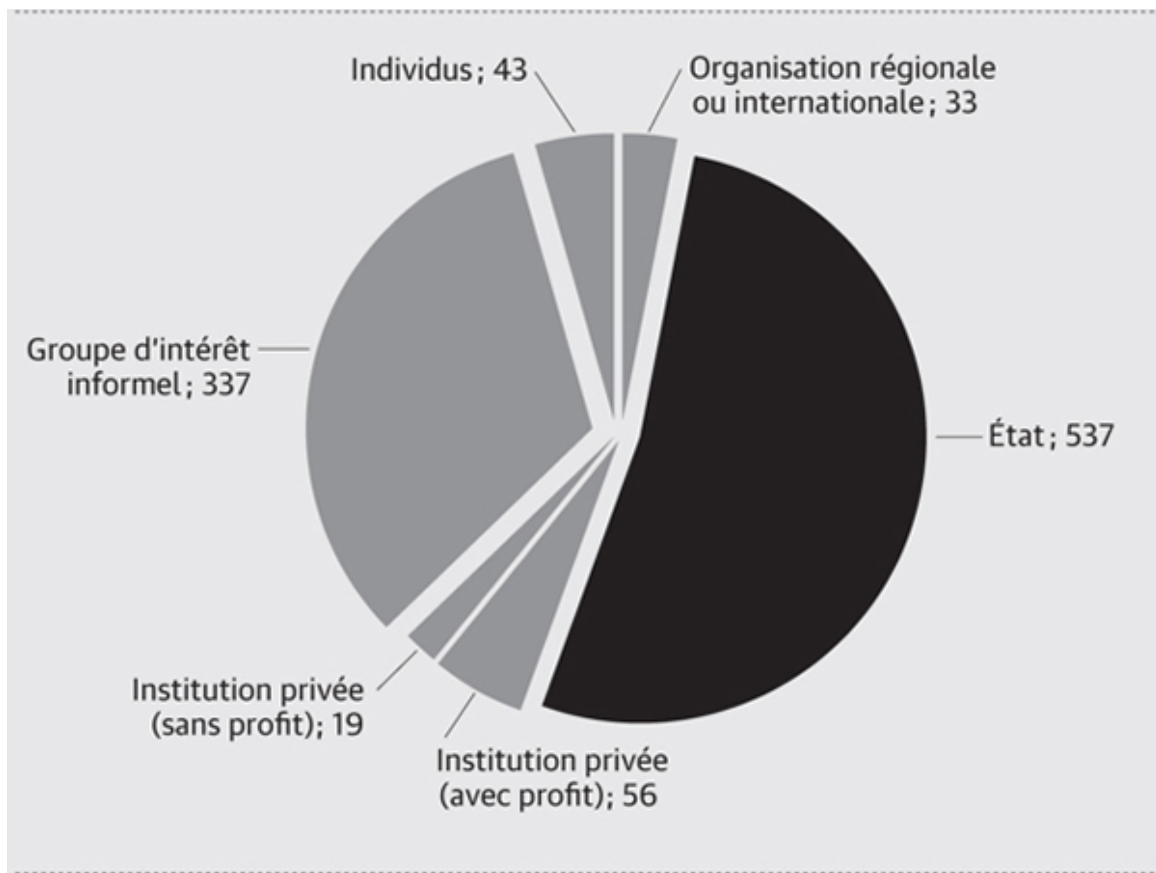
L'État est un acteur central des conflits de nature politique. Entre 2002 et 2012, plus de 50% des CMN ont ciblé un État ou une entité gouvernementale ([figure 8.3](#)). Selon Tilly et Tarrow (2008, p. 87), «la politique du conflit varie, dans l'espace et le temps, en fonction des caractéristiques du pouvoir, et s'organise aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur des instances institutionnelles». Les régimes politiques structurent et façonnent le conflit. Donc, la nature du régime politique importe en politique du conflit. Par définition, la nature du régime politique correspond à l'organisation des pouvoirs au sein d'une société. Trois grands types de régimes

peuvent être relevés: les régimes démocratiques¹³, les régimes hybrides et les régimes autoritaires. D'un côté, les démocraties sont des régimes où les citoyens ou personnes «relevant de l'autorité de l'État jouissent de droits politiques larges et égaux, exercent une influence directe sur les décisions politiques et ont les moyens de se protéger de l'arbitraire de l'État tel que les forces policières et militaires, les juges et les fonctionnaires» (Tilly et Tarrow, 2008, p. 103). À l'inverse, dans les régimes autoritaires, les droits politiques, les droits civiques et les libertés sont limités, voire inexistants. Le troisième type, le régime hybride, est marqué par certaines caractéristiques d'un régime démocratique et par celles d'un régime autoritaire. Par exemple, certains régimes autoritaires tiennent des élections, mais ces élections ne sont ni justes ni libres. Les régimes hybrides permettent aussi, dans une certaine mesure, la présence d'une opposition organisée et la liberté de s'assembler, etc. Toutefois, les principes de l'État de droit sont souvent violés et l'opposition peut subir des représailles (Levitsky et Way, 2010).

Pour Tkacheva *et al.* (2013, p. 18), les stratégies déployées par les activistes dans le cyber dépendent du type de régime politique, notamment parce que la participation politique dans les régimes autoritaires et les régimes hybrides peut s'avérer plus dangereuse:

the menu of actions available to cyberactivists for online mobilization depends on the regime type because coercive measures used by non-democratic governments narrow down the range of available options and make online mobilization more costly.

Figure 8.3 / Ventilation des CMN par type de cibles, 2002-2012



Source: GDADS V1, 2013.

La tendance croissante des États à réguler le trafic en ligne, associée à des méthodes traditionnelles de coercition, engendre des distinctions dans la participation politique sur Internet dans les différents régimes (Tkacheva *et al.*, 2013, p. 24). Le [tableau 8.1](#) présente un portrait du cyber comme espace de mobilisation politique dans les démocraties libérales, les régimes hybrides tels que le régime égyptien de Hosni Moubarak ou la Russie, et les régimes autoritaires comme la Chine ou l'Iran. Dans les démocraties, le cyber favorise l'émergence de nouveaux groupes et de nouvelles causes, permettant une circulation plus facile et plus rapide de l'information. De plus, le cyber réduit le niveau d'engagement de l'activisme et la nécessité d'avoir une

organisation très hiérarchique. Les groupes de pression et mouvements sociaux évoluent en ligne autour de logiciels et de plateformes comme les médias sociaux (p. ex., Twitter ou Facebook) (Tkacheva *et al.*, 2013, p. 26).

Dans les régimes hybrides, la présence des groupes d'opposition dans le cyber peut menacer les autorités au pouvoir. À cet égard, les opposants du régime politique peuvent subir des attaques par déni de service et être surveillés par les agents de l'État. Certains groupes ou individus peuvent privilégier l'anonymat dans le cyber pour éviter les représailles de l'État. De plus, certaines informations peuvent être plus difficilement accessibles pour les néophytes de l'informatique. Les leaders des groupes et mouvements émanent souvent du cyber, mais peuvent migrer dans le monde «réel». Par ailleurs, le cyber offre l'occasion aux militants et cyberactivistes de s'exprimer en dehors des médias qui renforcent la vision politique du régime par la propagande (Tkacheva *et al.*, 2013, p. 25).

Dans les régimes autoritaires, l'opposition au régime est un acte illégal. Donc, l'anonymat est, comme dans les régimes hybrides, privilégié par les cyberactivistes. L'information est accessible pour les individus capables de déployer des outils de contournement pour déjouer les barrières mises en place par l'État. Le cyber offre un espace de contestation permettant aux individus contestataires d'exprimer leur point de vue en dehors des médias contrôlés par l'État. En outre, Internet ou le cyberspace favorisent l'émergence et la diffusion d'une contre-culture du pouvoir étatique (Tkacheva *et al.*, 2013, p. 26).

TABLEAU 8.1 / Le cyberspace, espace de mobilisation politique dans les régimes démocratiques, hybrides et autoritaires

Activité	Régime démocratique	Régime hybride	Régime autoritaire

PARTICIPATION POLITIQUE

Coûts de participation	Le cyberspace réduit le coût de recrutement et publicitaire pour les groupes d'opposition politique. Le cyberactivisme chevauche d'autres formes de participation politique hors ligne.	La présence en ligne des groupes d'opposition est vulnérable aux attaques par déni de service. La diffusion d'information à propos d'événements est limitée à un cercle plus restreint d'activistes.	L'opposition politique est interdite. L'information circule parmi des individus atomisés. L'anonymat est privilégié par les groupes protestataires pour s'exprimer librement dans le cyberspace.
Identité collective	Internet facilite la prise de conscience collective.	Internet facilite la prise de conscience collective et l'émergence d'une contre-culture.	Internet favorise l'émergence et la diffusion d'une contre-culture.

ACTIVITÉS LITIGIEUSES

Diffusion d'information	Internet est utilisé pour transmettre de l'information à tous les utilisateurs.	L'information est souvent accessible auprès des activistes capables d'utiliser des outils de contournement.	Comme dans les régimes hybrides.

ORGANISATION

Décentralisation des organisations	Internet réduit la hiérarchie au sein des groupes de pression et mouvements sociaux, facilitant les initiatives personnelles.	Les mouvements sociaux tirent leur origine en ligne et migrent par la suite hors ligne.	Internet facilite la mobilisation spontanée des individus possédant des connaissances informatiques.
Leaders et entrepreneurs	Les leaders sont originaires du monde «réel».	Les leaders cultivent leur réputation dans le monde «virtuel».	Comme dans les régimes hybrides.

PROCESSUS D'ENCADREMENT (FRAMING)

Couverture médiatique	Internet permet à tous les individus d'exprimer leur opinion en dehors des médias traditionnels.	Internet offre une option aux informations favorables aux régimes diffusés par les médias traditionnels.	Internet permet à un petit nombre d'individus d'exprimer leurs idées en contournant les médias contrôlés par l'État.

Source: Traduction libre de Tkacheva *et al.*, 2013, p. 25.

8.2 / Démarche méthodologique

8.2.1 / Est-ce que la nature du régime politique influence la mobilisation politique dans le cyberspace?

À la lumière de la littérature scientifique, on constate des disparités d'utilisation du cyberspace par les cyberactivistes entre les différents régimes politiques. En effet, soumis à certaines menaces et contraintes, les individus contestataires pourraient utiliser des stratégies et des outils différents selon les pays ou régions d'où ils sont originaires. Cette section du chapitre vise à répondre à la question suivante: est-ce que la nature du régime politique influence les outils et les stratégies déployés par les cyberactivistes lors d'une campagne militante numérique? L'hypothèse répond positivement à la question de recherche: la nature du régime

politique influence les outils et stratégies déployés par les cyberactivistes lors d'une campagne militante numérique. Autrement dit, les transformations induites par le phénomène cyber en politique du conflit n'invalideraient pas la théorie portant sur la typologie de Tilly et Tarrow (2008).

8.2.2 / **Méthodologie**

Essentiellement quantitative, cette recherche utilise les données disponibles dans le Global Digital Activism Data Set version 1.0 (GDADS V1, 2013) et l'indice portant sur les régimes politiques du Systemic Peace, le Polity IV. D'un côté, le GDADS contient des données quantitatives et qualitatives sur les campagnes militantes numériques se déroulant partout dans le monde. Cette base de données contient des informations sur 1180 CMN provenant de 151 pays, entre 1982 et 2012. On y retrouve des informations liées au type d'initiateur, à la durée de la CMN, aux outils utilisés (p. ex., médias sociaux, vidéos, photos, etc.), aux stratégies déployées (p. ex., contournement des barrières de l'État), aux causes défendues, au type de cible ou à la portée de la CMN. De l'autre côté, le Polity IV construit par le Systemic Peace mesure le niveau d'autocratie et de démocratie sur une échelle de -10 à 10, de l'an 1800 à 2015. Cet indice aborde, essentiellement, la compétitivité de la sélection du corps exécutif, l'ouverture de la sélection du corps exécutif, la limitation des pouvoirs du corps exécutif et la compétition de la participation politique (Polity IV, 2015).

Plus précisément, cette étude aborde 362 campagnes militantes numériques se déroulant entre 2002 et 2012. Ces CMN ont été sélectionnées selon deux critères: 1) la CMN doit cibler l'État; 2) la portée de la campagne doit être locale, régionale ou nationale^{[14](#)}. Pour répondre à la question de recherche, nous analyserons 8 stratégies (le contournement des barrières^{[15](#)}, la synthèse^{[16](#)}, le transfert de ressources^{[17](#)}, la cocréation^{[18](#)}, la mobilisation^{[19](#)}, la diffusion d'information^{[20](#)}, la

création de réseaux²¹ et la violence technique²²) et 16 outils numériques et mises en réseaux (dont les forums, les sites, les blogues, les médias sociaux basés sur téléphones cellulaires, les médias sociaux basés sur Internet, les vidéos, les photos, les courriels, les pétitions en ligne, les messageries instantanées, les logiciels mobiles, les jeux vidéo et les cartes numériques).

Le [tableau 8.2](#) présente l'analyse descriptive des outils déployés lors des campagnes militantes numériques. Les stratégies numériques ont été codées de manière dichotomique. Une note de 0 a été attribuée lorsqu'une stratégie n'a pas été déployée et celle de 1 quand la stratégie a été déployée lors d'une CMN. Au total, 945 stratégies ont été utilisées, ce qui représente une moyenne de 2,61 par CMN. La colonne «Moyenne» montre la proportion de chaque stratégie déployée dans l'ensemble de l'échantillon. On remarque que la diffusion d'information est la stratégie la plus populaire auprès des cyberactivistes, étant déployée dans 91% des CMN. La mobilisation est utilisée dans 69% de l'échantillon, soit dans 250 CMN. De l'autre côté, on constate une faible tendance à privilégier la violence technique, puisqu'elle est utilisée dans seulement 4% des CMN. Le contournement des barrières et le transfert de ressources semblent aussi être des stratégies marginales, avec 11% des CMN qui les utilisent.

Le [tableau 8.3](#) expose une analyse descriptive des outils numériques déployés par les cyberactivistes. Ils ont été codés de façon dichotomique. La note 0 est attribuée lorsqu'un outil n'est pas déployé et celle de 1 quand l'outil est déployé lors d'une CMN. Au total, 1474 outils ont été déployés par les cyberactivistes sur la même période, une moyenne d'environ 4 par CMN. La colonne «Moyenne» expose la proportion de chaque outil déployé dans l'ensemble de l'échantillon. Les outils les plus privilégiés par les cybermilitants sont les blogues et les sites Internet, déployés dans respectivement 69% et 59% des CMN. Les

moins utilisés sont les jeux vidéo (0,06%), les messageries instantanées (3%), les wikis (3%), les outils de contournement (6%), les logiciels vocaux (5%) et les cartes numériques (7%). On constate la popularité des médias sociaux basés initialement sur Internet (49%) et sur téléphones cellulaires (36%), en l'occurrence Facebook et Twitter.

TABEAU 8.2 / Analyse descriptive des stratégies déployées lors des CNM, 2002-2012

Stratégie	Minimum	Maximum	Moyenne	Écart-type
Diffusion d'information	0	1	0,91	0,28
Mobilisation	0	1	0,69	0,46
Création de réseaux	0	1	0,30	0,46
Synthèse	0	1	0,25	0,43
Cocréation	0	1	0,20	0,40
Transfert de ressources	0	1	0,11	0,31
Contournement des barrières	0	1	0,11	0,31
Violence technique	0	1	0,04	0,19

Source: GDADS V1, 2013.

TABEAU 8.3 / Analyse descriptive des outils déployés lors des CNM, 2002-2012

Outil	Minimum	Maximum	Moyenne	Écart-type
Blogues	0	1	0,69	0,47
Sites	0	1	0,59	0,49
Médias sociaux basés sur Internet	0	1	0,49	0,50
Photos	0	1	0,49	0,50
Vidéos	0	1	0,41	0,49
Médias sociaux basés sur téléphones cellulaires	0	1	0,36	0,48
Courriels	0	1	0,31	0,46
Pétitions en ligne	0	1	0,20	0,40
Logiciels mobiles	0	1	0,15	0,36
Forums	0	1	0,12	0,33
Cartes numériques	0	1	0,07	0,25
Outils de contournement	0	1	0,06	0,23
Logiciels vocaux	0	1	0,05	0,21
Messageries instantanées	0	1	0,03	0,17
Wikis	0	1	0,03	0,16
Jeux vidéo	0	1	0,006	0,07

Source: GDADS V1, 2013.

Le [tableau 8.4](#) montre l'analyse descriptive du Polity IV et la déclinaison des catégories de régimes politiques. À cet égard, la valeur minimum accordée à un État ciblé dans l'échantillon est de -10 (la plus autoritaire) et la valeur maximum est de 10 (la plus démocratique). La moyenne du Polity IV des pays ciblés par les CMN dans l'échantillon est de 1,81. Par souci de clarté, nous avons décomposé le Polity IV en quatre catégories: les démocraties, les démocraties imparfaites, les régimes hybrides et les régimes autoritaires²³. On observe une représentation plutôt égalitaire des quatre types de régimes politiques, dans la mesure où chaque type représente entre 20% et 32% de l'échantillon. En effet, les démocraties représentent 25%, les démocraties imparfaites,

23%, les régimes hybrides, 20% et les régimes autoritaires, 32% des CMN sélectionnées dans l'analyse.

TABEAU 8.4 / Analyse descriptive du Polity IV et des catégories de régimes politiques liés aux CNM, 2002-2012

	Minimum	Maximum	Moyenne	Écart-type
Polity IV	-10	10	1,81	7,30
Catégories des régimes politiques	Échelle		Nombre	%
Démocraties	+10		92	25
Démocraties imparfaites	de 6 à 9		85	23
Régimes hybrides		de -5 à +5	70	20
Régimes autoritaires	de -6 à 10		115	32

Sources: GDADS V1, 2013, et Polity IV, 2013.

8.3 / Analyse

Pour faciliter la compréhension et la visualisation des résultats, deux types d'analyses bivariées seront construits. Dans un premier temps, nous croiserons les outils et les stratégies avec l'indice du Polity IV. Il sera possible d'observer la moyenne du Polity IV lorsque chaque outil et stratégie sont déployés et non déployés dans l'ensemble des CMN. Ainsi, pour mesurer l'existence d'un lien statistique entre les variables, deux phénomènes pourront être observés: 1) l'écart entre les moyennes du Polity IV lorsqu'un outil (ou une stratégie) est déployé et quand il n'est pas déployé; 2) le sens positif ou négatif de l'écart entre les deux moyennes. Pour qu'un lien statistique soit reconnu, ce type d'analyse s'appuie sur une signification statistique, le p de la probabilité²⁴. Le p de la probabilité entre les deux moyennes (d'utilisation et de non-utilisation) doit être inférieur à 0,05²⁵.

Dans un deuxième temps, nous croiserons les stratégies et les outils en fonction des catégories de régimes politiques. À cet égard, pour mesurer l'existence d'un lien entre un outil ou une stratégie utilisée et le type de régime politique, deux phénomènes seront observés: 1) le pourcentage de déploiement d'un outil ou d'une stratégie dans chaque type de régime; 2) l'existence d'un sens ou d'une direction (s'il en existe un ou une) à travers la présentation d'histogrammes. Pour qu'un lien statistique soit avéré, le p de la probabilité doit toujours être inférieur à 0,05. Par ailleurs, nous prendrons aussi en considération une mesure d'association pour quantifier le niveau d'association ou la taille de l'effet entre les deux variables, soit le V de Cramer, qui doit être supérieur à 0,1²⁶.

Les [tableaux 8.5](#) et [8.6](#) présentent une analyse des outils et des stratégies en fonction de la moyenne du Polity IV lorsqu'un outil ou une stratégie est déployé et non déployé. Pour les deux tableaux, la première colonne expose l'ensemble des outils et les stratégies numériques répertoriées dans le GDADS. La deuxième colonne présente la moyenne du Polity IV de l'ensemble des pays ciblés quand un outil ou une stratégie n'est pas déployé lors des campagnes militantes numériques. La troisième colonne montre la moyenne du Polity IV des pays ciblés lorsqu'un outil ou une stratégie est déployé parmi l'ensemble de l'échantillon. La quatrième colonne du tableau mesure l'écart entre la moyenne de la colonne 2 et celle de la colonne 3. Un écart positif signifie que l'outil ou une stratégie est davantage déployé dans les régimes plus démocratiques. À l'inverse, un écart négatif signifie que l'outil ou une stratégie est davantage déployé dans les régimes plus autoritaires. La cinquième colonne montre le p de la probabilité de l'écart entre les deux moyennes.

L'examen du [tableau 8.5](#) permet d'observer que sept outils présentent un p inférieur au seuil de signification: les logiciels vocaux, les courriels, les pétitions en ligne, les sites, les

blogues, les outils de contournement et les jeux vidéo. Au haut, le tableau présente un premier groupe d'outils déployés dans les régimes démocratiques. La moyenne du Polity IV de l'échantillon qui n'a pas déployé de logiciels vocaux est de 1,52 et celle qui l'a déployé est de 7,94. L'écart entre les deux moyennes est de +5,50, ce qui démontre un déploiement plus marqué dans les régimes démocratiques que dans les régimes autoritaires. Le même phénomène s'observe pour l'utilisation des courriels, des pétitions en ligne et des sites. Les courriels présentent un écart positif de +4,02, les pétitions en ligne de +3,20 et les sites de +2,30. À l'inverse, au bas du [tableau 8.5](#), on remarque des outils utilisés davantage dans les régimes plus autoritaires: les blogues, les outils de contournement et les jeux vidéo²⁷. En ce qui concerne les outils de contournement, la moyenne du Polity IV de l'échantillon non déployé est de 1,86 et celle déployée est de -2,85. L'écart entre les deux moyennes est de -4,94, ce qui démontre une utilisation plus marquée dans les régimes autoritaires. Les blogues et les jeux vidéo présentent des écarts de -4,20 et de -8,36.

Le [tableau 8.6](#) présente la moyenne du Polity IV selon les stratégies déployées et non déployées. Un survol du tableau permet de constater que six outils présentent un écart significatif entre la moyenne du Polity IV des échantillons des stratégies déployées et des échantillons des stratégies non déployées: le transfert de ressources, la synthèse, la création de réseaux, la cocréation, la mobilisation et le contournement des barrières. Au sommet du [tableau 8.6](#), le transfert de ressources est une stratégie déployée davantage dans les régimes démocratiques. La moyenne du Polity IV des CMN où la stratégie n'a pas été déployée est de 1,20 et celle des CMN où la stratégie a été déployée est de 7,20. L'écart entre les deux moyennes est de +5,86. On observe un phénomène similaire pour la synthèse, avec un écart entre les deux moyennes de +4,05, de +2,64 pour la création de réseau, de +2,67 pour la cocréation et de +2,06 pour la mobilisation. Au

bas du tableau, le contournement des barrières est plus souvent déployé dans les régimes autoritaires. En effet, la moyenne du Polity IV pour le groupe de CMN qui a déployé la stratégie est de -3,10 et celle pour le groupe qui n'a pas utilisé la stratégie est de 2,48. L'écart entre les deux moyennes est donc de -5,58.

TABEAU 8.5 / Moyenne du Polity IV selon les outils déployés et non déployés lors des CNM, 2002-2012

Outil	Non déployé	Déployé	Écart	Sig.
Logiciels vocaux	1,56	7,06	+5,50	***
Courriels	0,56	4,58	+4,02	***
Pétitions en ligne	1,16	4,36	+3,20	***
Sites	0,47	2,77	+2,30	**
Cartes numériques	1,70	3,36	+1,66	
Logiciels mobiles	1,54	3,37	+1,83	
Médias sociaux basés sur Internet	1,32	2,32	+1,00	
Médias sociaux basés sur téléphones cellulaires	1,65	2,10	+0,45	
Wikis	1,78	3,00	+1,22	
Vidéos	1,79	1,85	0,06	
Photos	2,21	1,41	-0,80	
Messageries instantanées	1,87	0,19	-1,68	
Forums	2,09	-0,11	-2,20	
Blogues	4,69	0,49	-4,20	***
Outils de contournement	2,09	-2,85	-4,94	**
Jeux vidéo	1,86	-6,50	-8,36	*
Moyenne totale	1,77	1,71	-0,06	7/16

Note: Seuil de signification *p < 0,05, **p < 0,01, ***p < 0,001.

Source: GDADS V1, 2013.

TABEAU 8.6 / Moyenne du Polity IV selon les stratégies déployées et non déployées lors des CBN, 2002-2012

	Non déployée	Déployée	Écart	Sig.
Transfert de ressources	1,20	7,06	+5,86	***
Synthèse	0,85	4,9	+4,05	***
Création de réseaux	0,99	3,63	+2,64	**
Cocréation	1,29	3,96	+2,67	**
Mobilisation	0,41	2,47	+2,06	*
Violence technique	1,74	3,77	+2,03	
Diffusion d'information	3,06	1,69	-1,37	
Contournement des barrières	2,48	-3,10	-5,58	***
Moyenne totale	1,50	3,05	1,55	6/8

Note: Seuil de signification * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

Source: GDADS V1, 2013.

Les graphiques de la [figure 8.4](#) présentent des histogrammes des outils utilisés en fonction des quatre types de régimes politiques: les démocraties, les démocraties imparfaites, les régimes hybrides et les régimes autoritaires. Selon nos deux critères, la signification statistique (p inférieur à 0,5) et le coefficient de corrélation (V supérieur à 0,1), cinq outils peuvent retenir notre attention: les blogues, les sites, les courriels, les pétitions en ligne et les outils de contournement. Pour les sites ([figure 8.4a](#)), on constate un déploiement plus prononcé dans les régimes démocratiques que dans les régimes hybrides et autoritaires. En effet, leur utilisation décline plus le régime est autoritaire, passant de 74% des CMN dans les démocraties à 56% dans les régimes autoritaires. On observe une relation encore plus marquée pour les pétitions en ligne ([figure 8.4i](#)) et les courriels ([figure 8.4g](#)). On remarque une utilisation des pétitions en ligne de 37% dans les démocraties, de 19% dans les démocraties imparfaites, de 7% dans les régimes hybrides et de 16% dans les régimes autoritaires. Pour les courriels, leur utilisation

passer de 51% des CMN dans les démocraties à 20% dans les régimes les plus autoritaires.

Les blogues et les outils de contournement sont plus utilisés dans les régimes autoritaires. Pour les blogues ([figure 8.4b](#)), le Khi carré est significatif et le V de Cramer est au-dessus de 0,3, ce qui présente une relation moyenne entre son utilisation et le type de régime politique. À cet égard, on constate une tendance plus forte à déployer cet outil dans les régimes autoritaires, qui passe d'une utilisation de 46% dans les démocraties, à 67% dans les démocraties imparfaites, puis à 83% et à 79% dans les régimes hybrides et autoritaires. Une tendance similaire est observable dans le cas des outils de contournement: leur utilisation passe de 1% dans les démocraties à 10% dans les régimes autoritaires ([figure 8.4o](#)). Pour plusieurs autres outils, les Khis carrés ne sont pas significatifs, mais les V de Cramer dépassent le seuil de 0,1. Dans les cas des médias sociaux ([figures 8.4c](#) et [8.4d](#)), leur utilisation est fréquente dans tous les types de régimes, mais semble plus forte dans les démocraties et les régimes hybrides. On observe aussi une utilisation élevée des vidéos ([figure 8.4e](#)) et des photos ([figure 8.4f](#)) dans tous les types de régimes.

Figure 8.4 / Outils déployés selon la catégorie de régime politique lié aux CNM, 2002-2012

NOTE:

Seuil de signification
Balises du V de Cramer

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

< 0,1 = triviale, > 0,1 = faible,

> 0,3 = moyenne et > 0,5 = forte.

LÉGENDE:

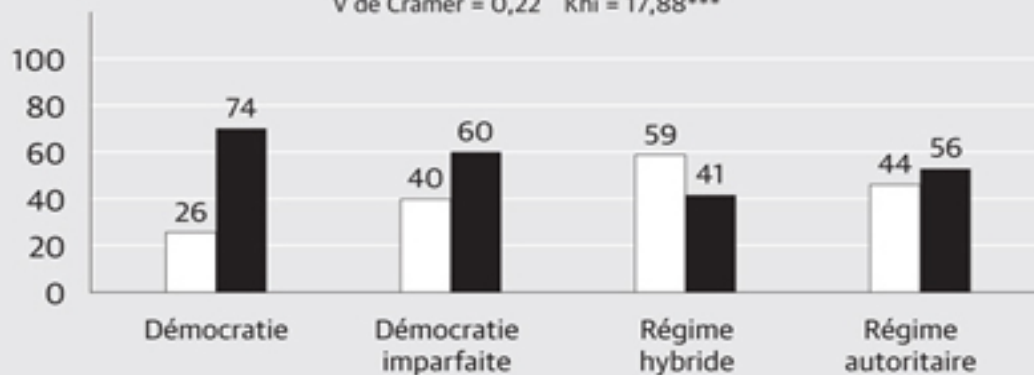
□ outils non déployés

■ outils déployés

A /

Sites

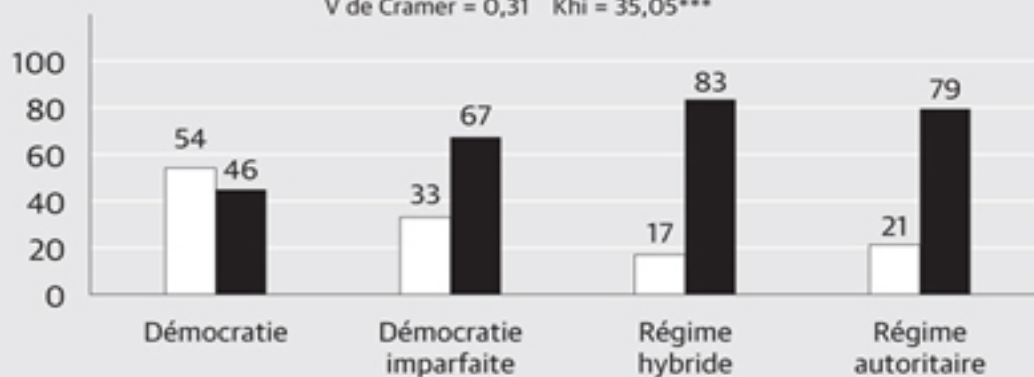
V de Cramer = 0,22 Khi = 17,88***



B /

Blogues

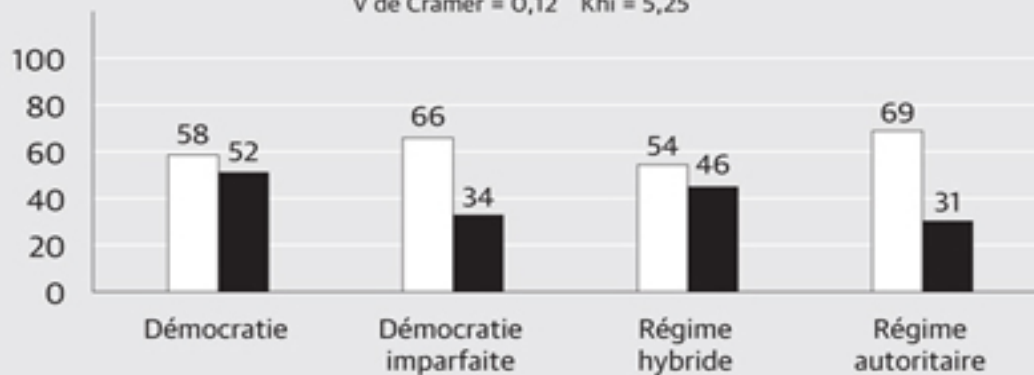
V de Cramer = 0,31 Khi = 35,05***



C /

MSTC

V de Cramer = 0,12 Khi = 5,25



NOTE:

Seuil de signification
Balises du V de Cramer

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.
< 0,1 = triviale, > 0,1 = faible,
> 0,3 = moyenne et > 0,5 = forte.

LÉGENDE:

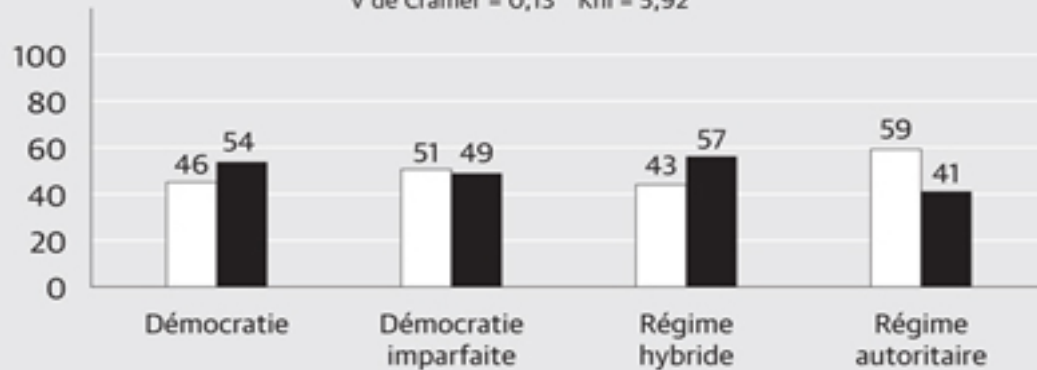
□ outils non déployés

■ outils déployés

D /

MS1

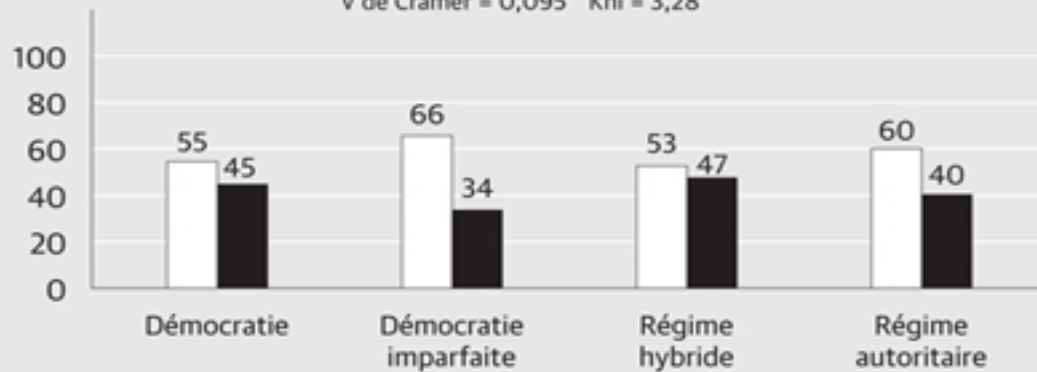
V de Cramer = 0,13 Khi = 5,92



E /

Vidéos

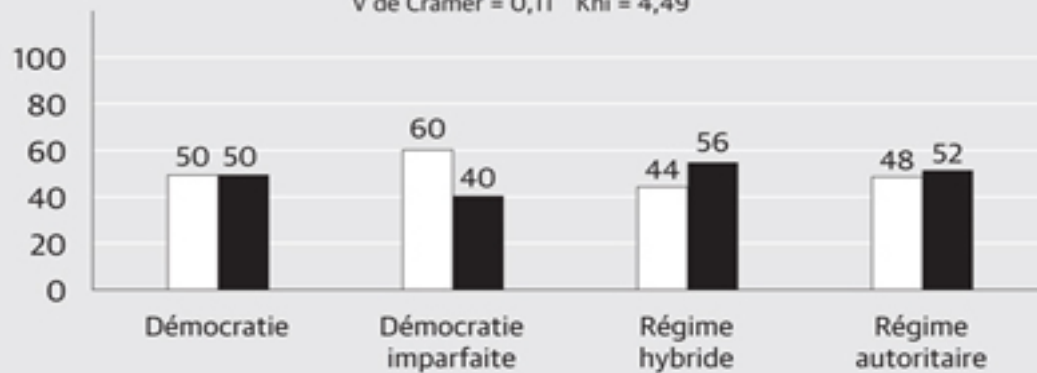
V de Cramer = 0,095 Khi = 3,28



F /

Photos

V de Cramer = 0,11 Khi = 4,49



NOTE:

Seuil de signification
Balises du V de Cramer

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.
< 0,1 = triviale, > 0,1 = faible,
> 0,3 = moyenne et > 0,5 = forte.

LÉGENDE:

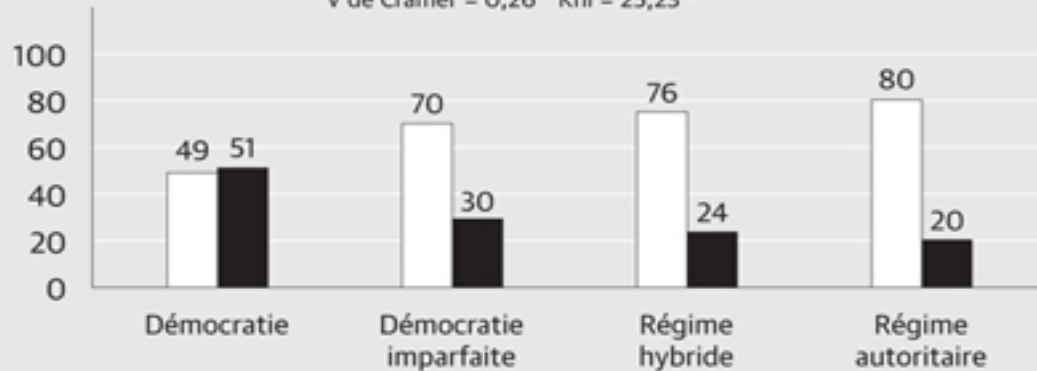
□ outils non déployés

■ outils déployés

G /

Courriels

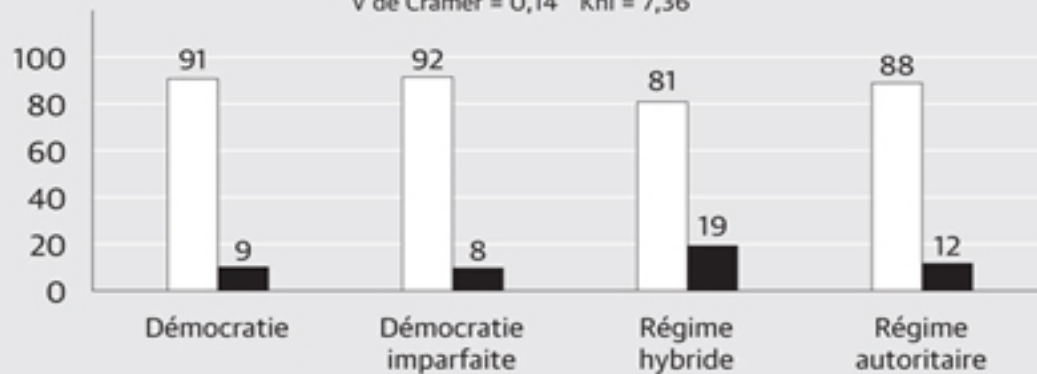
V de Cramer = 0,26 Khi = 25,23***



H /

Forums

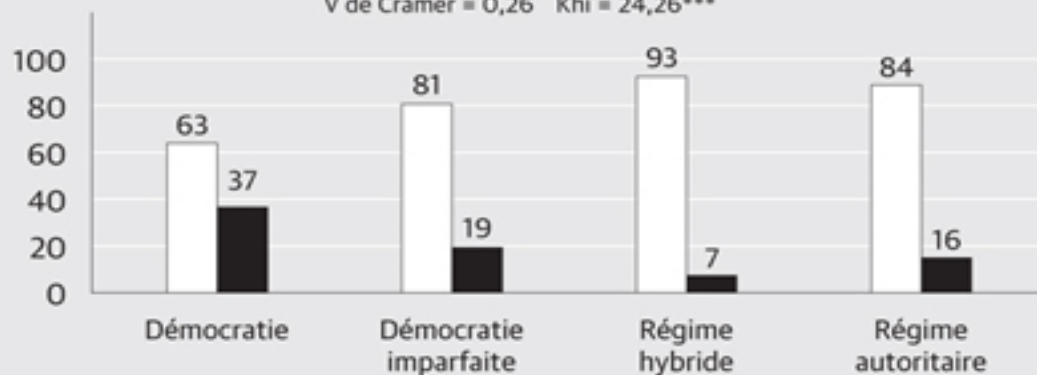
V de Cramer = 0,14 Khi = 7,36



I /

Pétitions en ligne

V de Cramer = 0,26 Khi = 24,26***



NOTE:

Seuil de signification
Balises du V de Cramer

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.
< 0,1 = triviale, > 0,1 = faible,
> 0,3 = moyenne et > 0,5 = forte.

LÉGENDE:

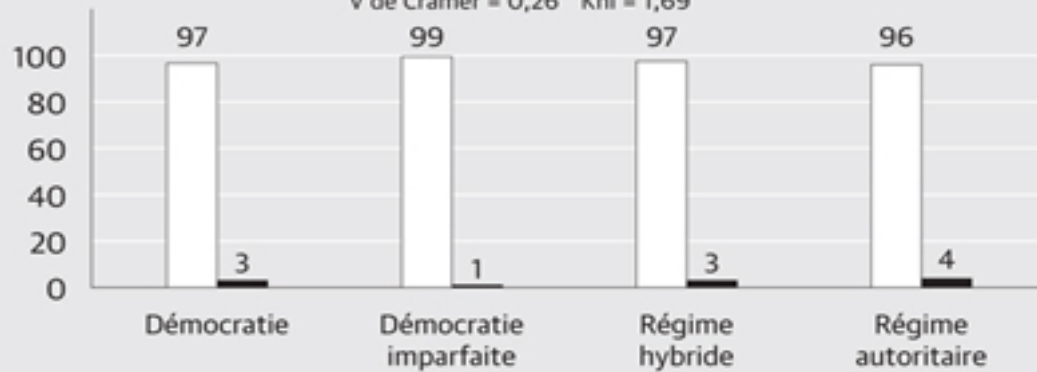
□ outils non déployés

■ outils déployés

J /

Messageries instantanées

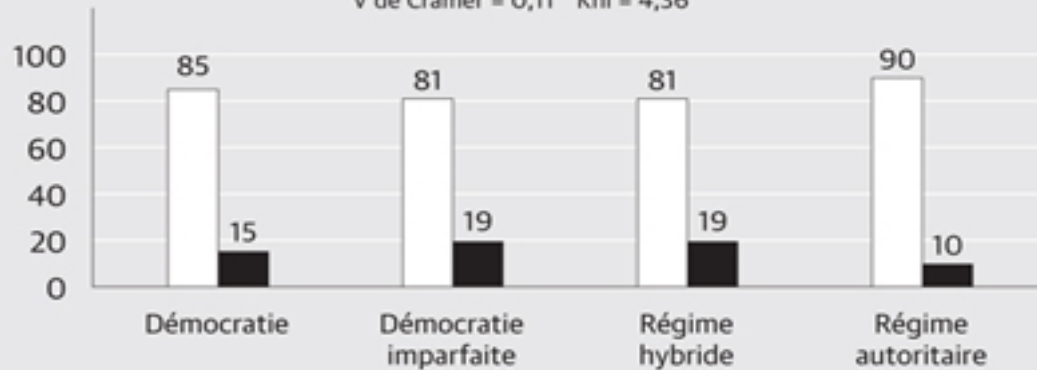
V de Cramer = 0,26 Khi = 1,69



K /

Logiciels mobiles

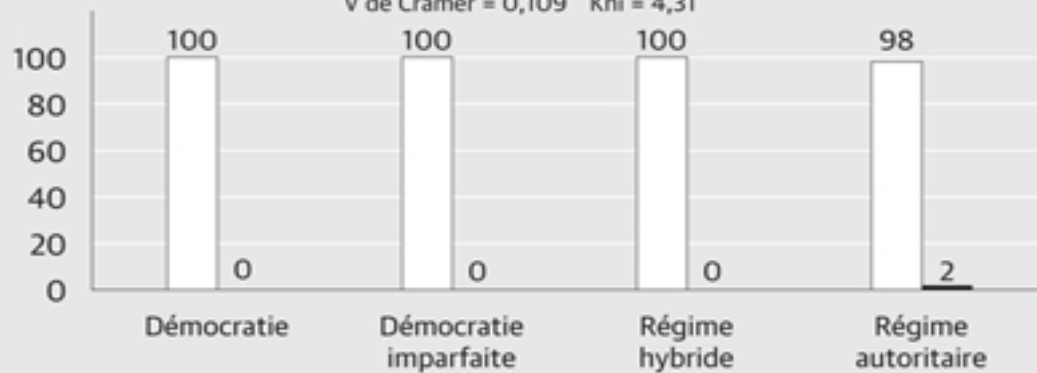
V de Cramer = 0,11 Khi = 4,36



L /

Jeux vidéo

V de Cramer = 0,109 Khi = 4,31



NOTE:

Seuil de signification
Balises du V de Cramer

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.
< 0,1 = triviale, > 0,1 = faible,
> 0,3 = moyenne et > 0,5 = forte.

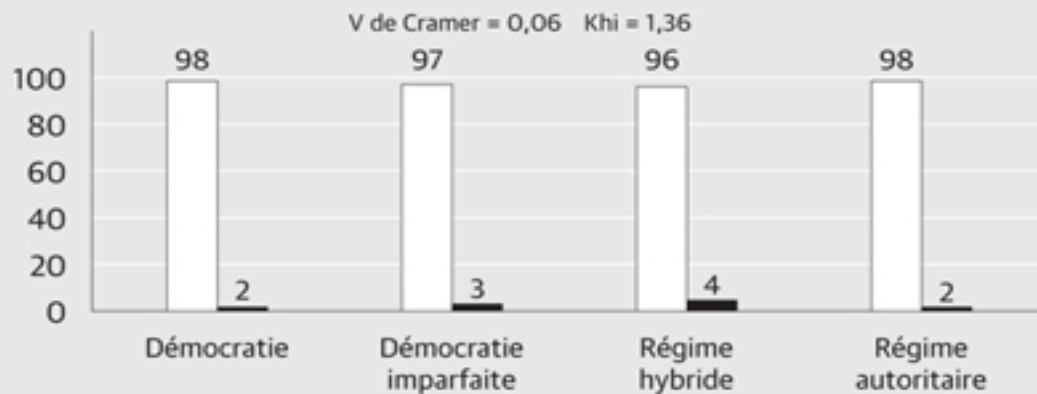
LÉGENDE:

□ outils non déployés

■ outils déployés

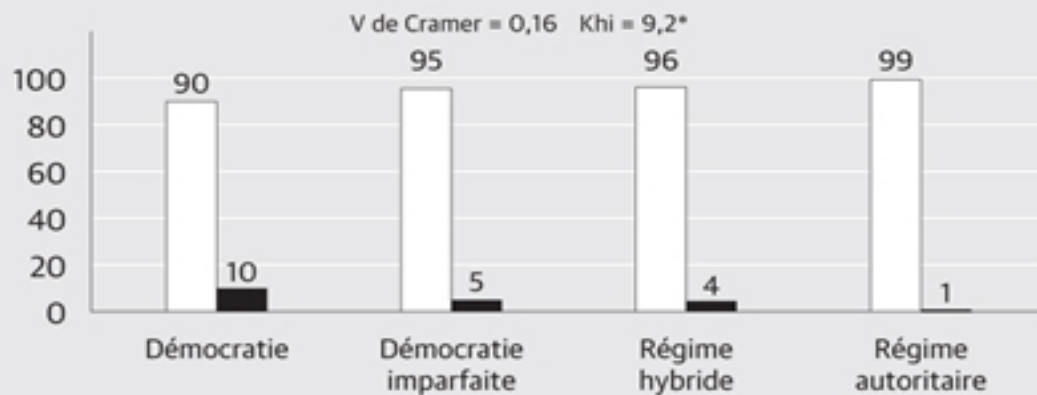
M /

Wikis



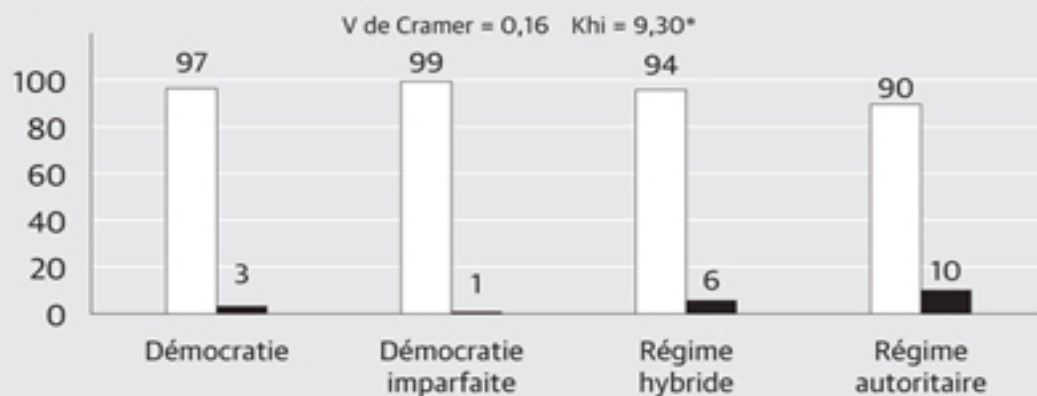
N /

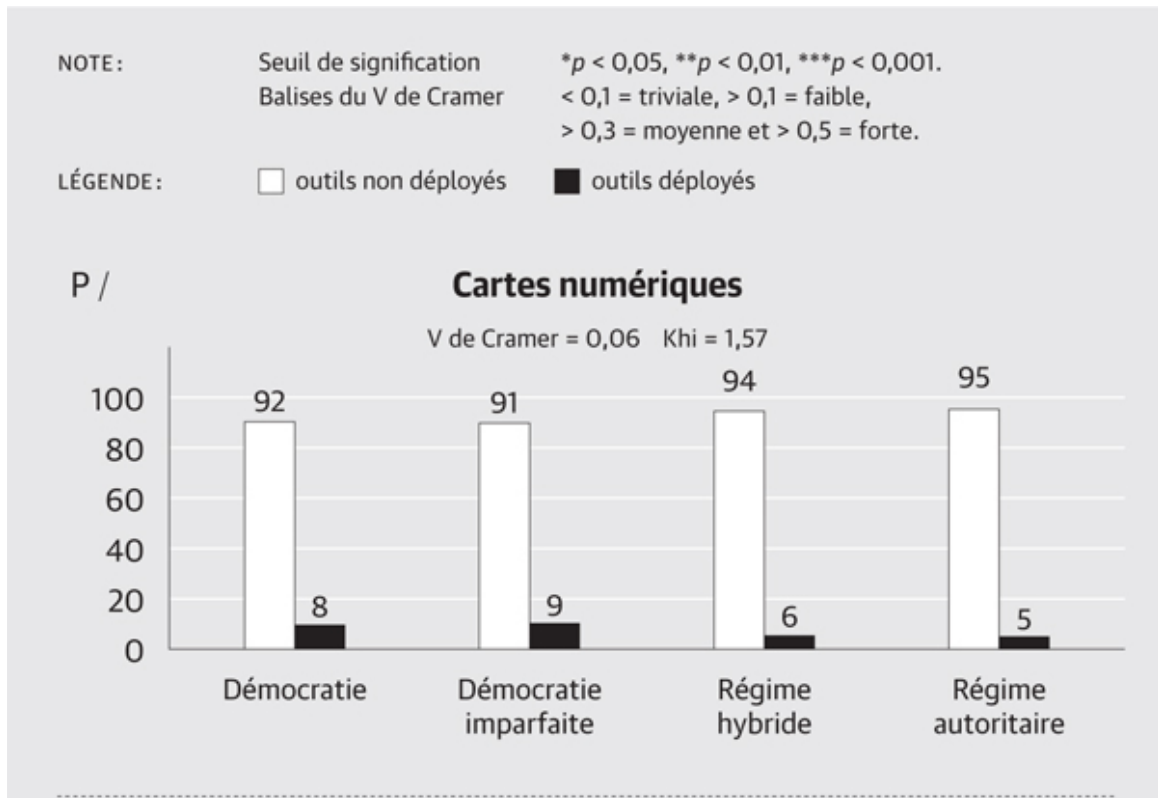
Logiciels vocaux



O /

Outils de contournement





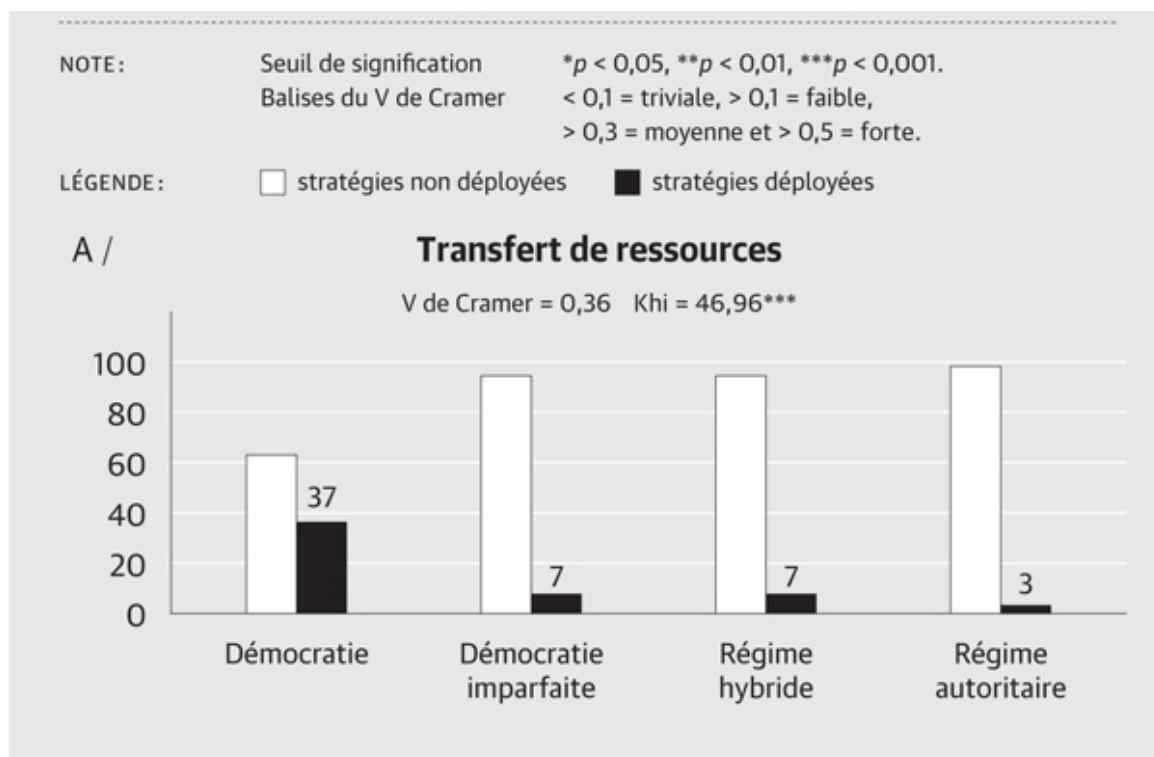
Source: GDADS V1, 2013.

Les graphiques de la [figure 8.5](#) montrent les stratégies déployées en fonction des quatre différents régimes politiques. Toujours selon nos deux critères, la signification statistique (p inférieur à 0,5) et le coefficient de corrélation (V de Cramer supérieur à 0,1), cinq stratégies ont été retenues: le transfert de ressources, la création de réseaux, la mobilisation, la synthèse et le contournement des barrières. Pour le transfert de ressources ([figure 8.5a](#)), on observe une utilisation beaucoup plus élevée dans les démocraties que dans les autres types de régimes. En effet, cette stratégie est utilisée dans 37% des CMN dans les démocraties et dans 7% ou moins dans les autres régimes. Dans une moindre mesure, on observe un phénomène similaire pour l'utilisation de la synthèse ([figure 8.5d](#)) et de la mobilisation ([figure 8.5c](#)). La

synthèse est utilisée à 48% dans les démocraties, à 19% dans les démocraties imparfaites, à 21% dans les régimes hybrides et à 13% dans les régimes autoritaires. Pour la mobilisation ([figure 8.5c](#)), elle est utilisée à 84% dans les démocraties, à 66% dans les démocraties imparfaites, à 63% dans les régimes hybrides et à 64% dans les régimes autoritaires. Pour la cocréation ([figure 8.5g](#)), on voit une utilisation décroissante plus le régime est autoritaire, passant de 41% dans les démocraties à 20% dans les régimes autoritaires. Pour l'utilisation du contournement des barrières, on observe le phénomène inverse. En effet, cette stratégie est davantage déployée dans les systèmes autoritaires. Son utilisation augmente plus le régime est autoritaire, passant de 2% des CMN dans les démocraties à 6% de celles des démocraties imparfaites, puis à 11% de celles des régimes hybrides et à 22% dans celles des régimes autoritaires.

Pour la violence technique ([figure 8.5e](#)), la cocréation ([figure 8.5f](#)) et la diffusion de l'information ([figure 8.5g](#)), le p de la probabilité est toujours inférieur à 0,5, mais le V de Cramer est toujours au-dessus de 0,1, ce qui présente une relation faible. On observe que la diffusion d'information est une stratégie très populaire auprès des cyberactivistes dans tous les types de régime. En effet, elle est déployée dans 89% des CMN dans les démocraties et les démocraties imparfaites, dans 95% de celles des régimes hybrides et dans 92% de celles des régimes autoritaires. Pour la cocréation, le Khi carré n'est pas significatif, mais le V de Cramer est de 0,14. On observe une tendance décroissante à déployer cette stratégie, qui passe de 28% dans les régimes démocratiques à 13% dans les régimes autoritaires. Finalement, la violence technique est très peu utilisée dans les quatre types de régimes politiques.

Figure 8.5 / Stratégies déployées selon la catégorie de régime politique lié aux CNM, 2002-2012



NOTE:

Seuil de signification
Balises du V de Cramer

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.
< 0,1 = triviale, > 0,1 = faible,
> 0,3 = moyenne et > 0,5 = forte.

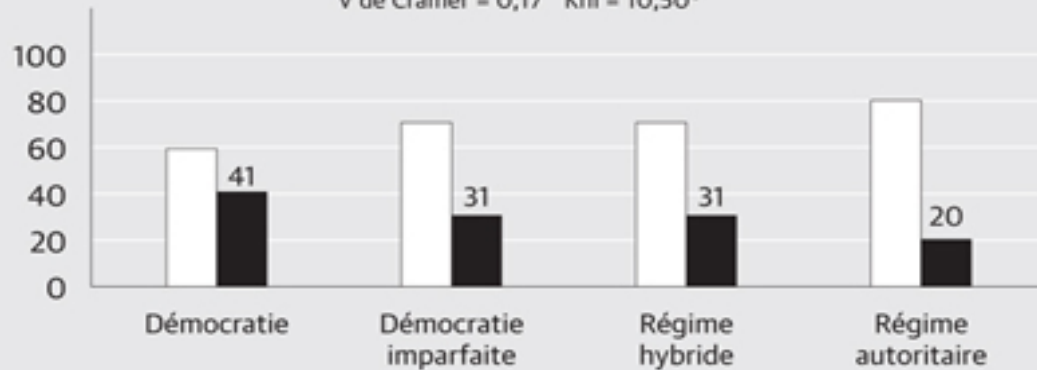
LÉGENDE:

□ stratégies non déployées ■ stratégies déployées

B /

Création de réseau

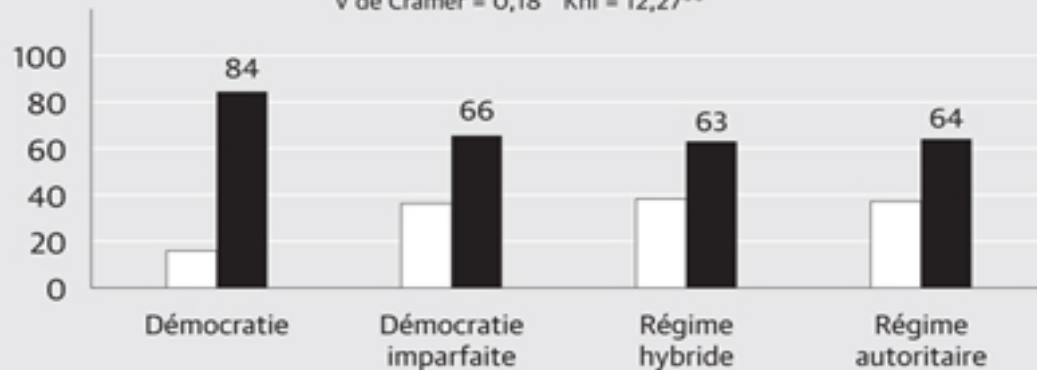
V de Cramer = 0,17 Khi = 10,50*



C /

Mobilisation

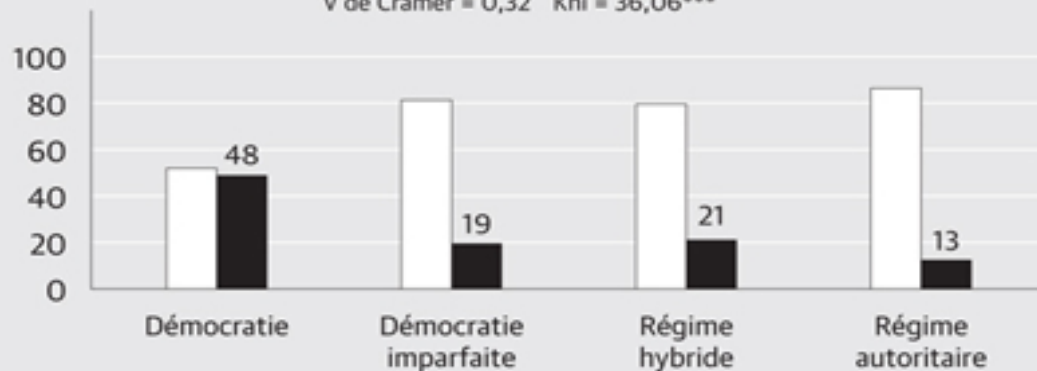
V de Cramer = 0,18 Khi = 12,27**



D /

Synthèse

V de Cramer = 0,32 Khi = 36,06***



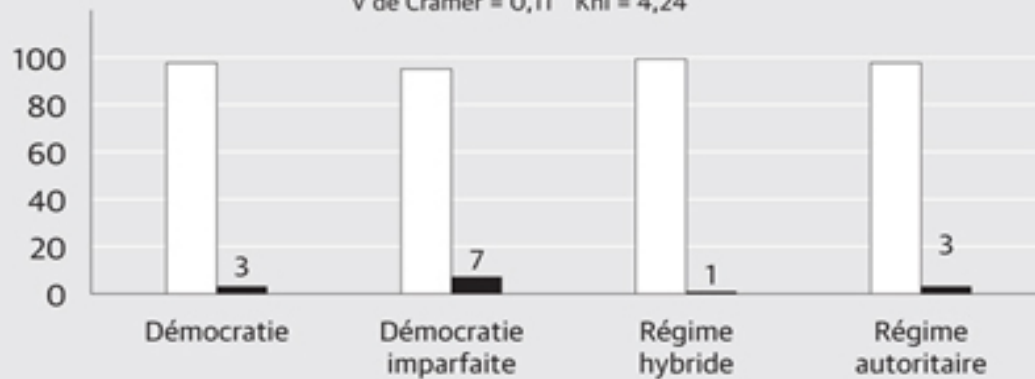
NOTE: Seuil de signification * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.
Balises du V de Cramer < 0,1 = triviale, > 0,1 = faible,
 > 0,3 = moyenne et > 0,5 = forte.

LÉGENDE: ☐ stratégies non déployées ☒ stratégies déployées

E /

Violence technique

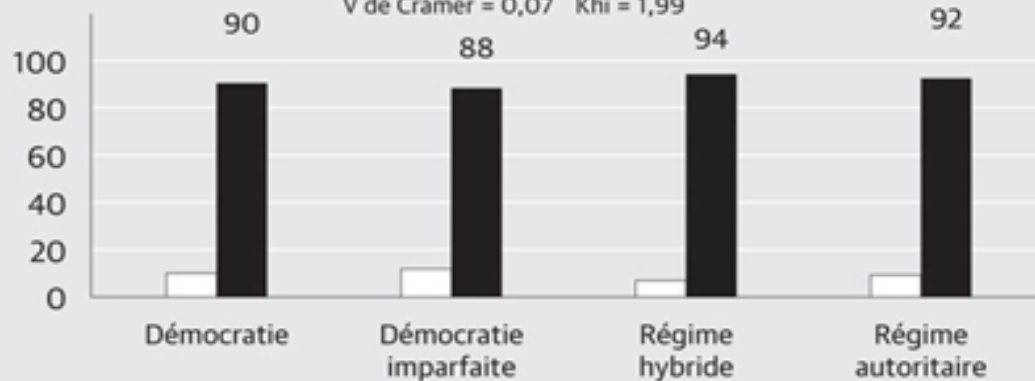
V de Cramer = 0,11 Khi = 4,24



F /

Diffusion d'information

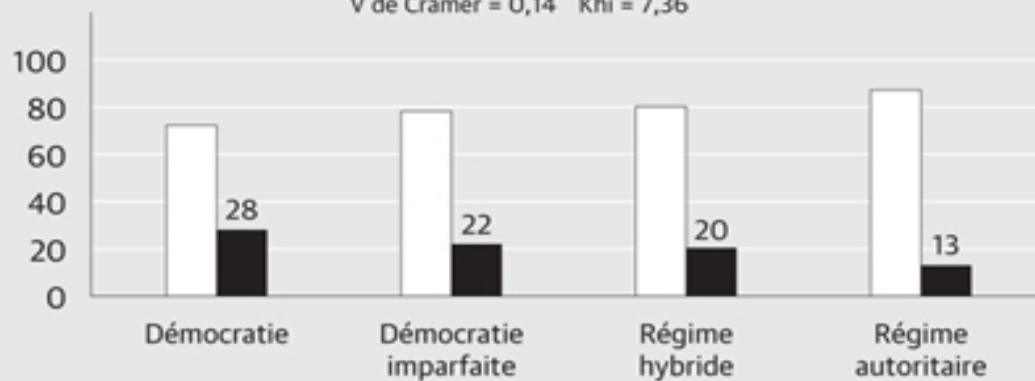
V de Cramer = 0,07 Khi = 1,99



G /

Cocréation

V de Cramer = 0,14 Khi = 7,36



sont rarement ou peu utilisés dans tous les types de régimes politiques.

D'un côté, on observe dans les régimes démocratiques qu'un plus grand nombre de stratégies et d'outils sont déployés lors des CMN. Plusieurs outils et stratégies sont davantage déployés dans les régimes démocratiques que dans les régimes autoritaires: les sites, les pétitions en ligne, les logiciels vocaux, les courriels, la mobilisation, la création de réseaux, le transfert de ressources et la synthèse. D'un autre côté, les résultats montrent trois outils et stratégies plus souvent déployés dans les régimes autoritaires et hybrides que dans les régimes démocratiques et les démocraties imparfaites: les blogues, les outils de contournement et le contournement de barrières. Donc, sous certaines réserves, la théorie de Tilly et Tarrow (2008) portant sur les régimes et la politique du conflit semble aussi s'appliquer malgré l'avènement du phénomène cyber.

Le cyber offre un espace social et politique permettant de réduire les efforts liés à la mobilisation et à la contestation politiques. L'utilisation du cyberspace par les cyberactivistes varie en fonction des contextes contestataires et des régimes politiques. Comme cela a été vu en début de chapitre, la participation politique des cyberactivistes s'inscrit dans les trois couches supérieures composant le cyber (la couche logicielle, la couche informationnelle et la couche sociale). Dans les régimes autoritaires et hybrides, les cyberactivistes tirent avantage à exploiter des failles et des limites du cyberspace pour contourner les barrières numériques construites par l'État. En effet, dans certains pays, s'opposer au régime politique peut s'avérer un acte illégal, et le gouvernement possède des outils pour limiter la construction d'une opposition politique dans le cyber. Les cyberactivistes pourraient donc être victimes de représailles dans le cyberspace, mais aussi dans le monde «réel». Toutefois, les États jouent un rôle important dans le développement et le contrôle des technologies de l'information et de la

communication (TIC) et les médias de masse. Les méthodes les plus communes sont la mise en place de pare-feux nationaux et de serveurs mandataires. Ils peuvent aussi bloquer le contenu politique ou moral considéré comme inapproprié (Kalathil et Boas, 2003, p. 140).

Le cyberspace permet aux cyberactivistes d'offrir des véhicules de diffusion d'information à travers la couche logicielle, informationnelle et sociale. Les résultats exposent une utilisation massive de la diffusion d'information lors des campagnes militantes dans le cyber. En effet, cette stratégie est déployée dans 91% des CMN, à des taux de 90% dans les démocraties, 88% dans les démocraties imparfaites, 94% dans les régimes hybrides et 92% dans les régimes autoritaires. L'avènement du cyber facilite le déploiement de certains outils et stratégies existants à l'époque «précyberspace». Le cyber offre un ensemble varié d'outils numériques permettant de diffuser des manifestes, des vidéos, des photos et des documents nécessaires à l'avancement d'une cause et le recrutement de nouveaux adhérents. Le transfert de ressources était une pratique courante, mais moins efficace, puisqu'elle demandait un effort considérable en ressources et en temps. Aujourd'hui, on peut financer presque instantanément une cause ou un candidat lors d'une élection. Le cyber permet aussi de faciliter la communication entre les individus contestataires, les groupes de pression et les mouvements sociaux.

Aujourd'hui, le cyberspace se pose comme un lieu de conflits stratégiques entre les entités étatiques et les individus, mais aussi entre les individus et les groupes d'individus. Son avènement modifie les modalités d'expression politique: non seulement il multiplie les liaisons entre les individus susceptibles de protester, mais il leur offre un espace social pour transformer et repenser les stratégies et tactiques déployées lors d'un conflit.

Bibliographie

- BERCHENKO, P. (2000). «Le discours zapatiste sur Internet. Champ d'action, enjeux et formes», *Cahiers d'études romanes*, n° 4, p. 155-166.
- CASILLI, A.A. (2010). *Les liaisons numériques: vers une nouvelle sociabilité?*, Paris, Seuil.
- CHOUCRI, N. (2013). «Co-evolution of cyberspace and international relations: New challenges for the social sciences», Actes de colloque, World Social Science Forum, Massachusetts Institute of Technology, p. 1-23.
- CHOUCRI, N. et D. D. CLARK (2012). «Integrating cyberspace and international relations: The co-evolution dilemma», *SSRN Electronic Journal*, n° 2012-29.
- DAHL, R. (2000). *On Democracy*, Yale, Yale University Press.
- DEIBERT, R. et R. ROHOZINSKI (2010). «Liberation vs. control: The future of cyberspace», *Journal of Democracy*, vol. 21, n° 4, p. 43-57.
- EAGLETON-PIERCE, M. (2001). «The Internet and the Seattle WTO protests», *Peace Review*, vol. 13, n° 3, p. 331-337.
- EDWARDS, F., P.N. HOWARD et M. JOYCE (2013). «Digital activism and non-violent conflict», *Digital Activism Research Project*, Seattle, University of Washington, p. 1-32.
- GUAY, J.-H. (2013). *Statistiques en sciences humaines avec R*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- HUYGHE, F.-B. (2012). «Présentation du numéro de la *Revue internationale stratégique*», site de François-Bernard Huyghe, <https://www.huyghe.fr/actu_1082.htm>, consulté le 15 août 2017.
- ILLIA, L. (2002). «Passage to cyberactivism: How dynamics of activism change», *Journal of Public Affairs*, vol. 3, n° 4, p. 326-336.
- INTERNET LIVE STATS (2017). «Internet users», *Internet Live Stats*, <<http://www.internetlivestats.com/internet-users/>>, consulté le 15 août 2017.
- KALATHIL, S. et T.C. BOAS (2003). *Open Networks Closed Regimes: The Impact of the Internet on Authoritarian Rule*, Carnegie Endowment for international Peace.
- KEMPF, O. (2013). «Stratégie du cyberespace», *Diploweb*, <<http://www.diploweb.com/Strategie-du-cyberespace.html>>, consulté le 15 août 2017.

- LANE, J. et R. DOMINGUEZ (2003). «Digital zapatistas», *The MIT Press*, vol. 47, n° 2, p. 129-144.
- LEVITSKY, S. et L.A. WAY (2010). *Competitive Authoritarianism: Hybrid Regimes after the Cold War*, New York, Cambridge University Press, 2010.
- PEW RESEARCH CENTER (2017). «Digital divide», Pew Research Center, <<http://www.pewinternet.org/topics/digital-divide/>>, consulté le 15 août 2017.
- TILLY, C. et S. TARROW (2008). *Politique(s) du conflit: de la grève à la révolution*, Paris, Presses de Sciences Po.
- TILLY, C. et S. TARROW (2015). *Contentious Politics*, New York, Oxford University Press.
- TKACHEVA, O. et al. (2013). *Internet Freedom & Political Space*, RAND Corporation, National. Defense Research Institute.
- TUFEKCI, Z. et C. WILSON (2012). «Social media and the decision to participate in political protest: Observations from Tahrir square», *Journal of Communication*, p. 363-378.
- VENTRE, D. (2011). *Cyberespace et acteurs du cyberconflit*, Paris, Lavoisier.

Banques de données

- GLOBAL DIGITAL ACTIVISM DATA SET VERSION 1.0 - GDADS V1 (2013). *Digital Activism Research Project*, <<http://digital-activism.org/projects/>>, consulté le 15 août 2017.
- POLITY IV (2013). *The Center for Systemic Peace*, <<http://www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm>>, consulté le 15 août 2017.

1 On retrouve dans le cyberespace des logiciels possédant des caractéristiques d'outils de communication utilisés à travers le temps comme les journaux en ligne, les courriels, les messageries instantanées, etc.

2 L'usage permet l'utilisation du mot *cyber* pour parler du cyberespace.

3 Par souci de clarté et d'espace, nous avons évacué les capacités de l'État du chapitre. Cependant, elles feront l'objet d'une autre recherche.

4 «Un répertoire d'actions collectives réfère à une constellation de tactiques et de stratégies développée à travers le temps et utilisée par les groupes de

pression et mouvements sociaux afin d'agir collectivement dans l'objectif de faire des réclamations à des individus ou un groupe d'individus» (Tilly et Tarrow, 2008, p. 32).

5 Une CMN est définie comme «un effort public organisé présentant des réclamations collectives à une autorité ciblée où les initiateurs civils et les militants utilisent des outils numériques et [des mises en réseaux]» (Edwards, Howard et Joyce, 2013, p. 4). Selon Edwards, Howard et Joyce (2013, p. 4), elle associe: 1) un engagement de plusieurs citoyens et militants; 2) une campagne ayant pour objectif de faire des réclamations à une autorité afin de pallier une injustice; 3) des initiateurs provenant de la société civile, car elle ne peut être amorcée par une entreprise ou un gouvernement; 4) une action collective, car elle nécessite l'appui de plusieurs individus; 5) une utilisation d'outils numériques et de mises en réseaux afin de se distinguer d'une campagne militante «traditionnelle».

6 La fracture numérique est présente entre les pays riches et pauvres et entre les milieux urbains et ruraux, mais aussi en fonction du sexe, du genre, du revenu, de l'éducation, etc.

7 Les médias traditionnels ou médias *mainstreams* désignent les médias capables de mobiliser une forte audience dans le monde «réel» comme la radio, la télévision et les journaux.

8 Les nouveaux médias émergent avec l'apparition d'Internet. Ils désignent les blogues, les forums, les sites Internet ainsi que les médias sociaux comme Facebook et Twitter.

9 Des manifestations ont eu lieu en Lybie, au Yémen, en Syrie, au Bahreïn, en Algérie, en Jordanie et en Arabie saoudite.

10 Un réseau représente un groupe d'individus relativement connecté ou associé à une organisation formelle. Il peut aussi représenter une coalition d'ONG ou d'organisations sans but lucratif. Un individu désigne un activiste qui agit seul ou avec une deuxième personne. Il peut désigner un groupe d'individus qui travaillent simultanément, mais qui ne collaborent pas. Exemple: les blogueurs.

11 Une structure hybride mixte informelle possède certaines caractéristiques d'une organisation formelle et du réseau. Par exemple, Wikileaks possède certaines caractéristiques d'une organisation formelle (présence d'une hiérarchie, avec le directeur Julian Assange), mais aussi

certaines caractéristiques du réseau (l'organisme dépend d'un réseau de volontaires pour faire circuler l'information).

12 Une organisation formelle travaille seule. Exemple: une organisation sans but lucratif traditionnelle, une organisation non gouvernementale, un parti politique ou une association caritative.

13 Ce type inclut les régimes démocratiques et semi-démocratiques.

14 L'initiateur de la campagne doit provenir du pays ciblé pour être soumis aux contraintes de l'État.

15 Cette stratégie consiste principalement à l'utilisation de logiciels pour contourner la censure de l'État et éviter la surveillance en ligne. Elle se mesure par l'utilisation, par les cyberactivistes, d'un serveur mandataire pour obtenir de l'information, par l'utilisation d'un protocole de transfert hypertexte sécurisé (HTTPS) pour la communication entre deux individus, ou par l'emploi d'avatars ou de pseudonymes pour diffuser du contenu en ligne, afin de protéger leur anonymat.

16 Cette stratégie a pour objectif de combiner, voire fusionner, le contenu informationnel lié à un conflit ou à une cause dans le cyber. Elle se mesure par l'agrégation de contenus (p. ex., des photos, des vidéos, des pièces journalistiques, etc.) provenant de différentes sources et présentés ensemble. Exemple: la collection de gazouillis de plusieurs journalistes citoyens et leur publication sur un site Internet.

17 Cette stratégie consiste principalement au transfert de ressources financières dans le cyber, notamment par des campagnes de financement. Exemple: le don en ligne lors d'une campagne politique ou l'utilisation du cyber pour récolter de l'argent pour un projet ou une cause comme Freerice.org.

18 Cette stratégie consiste en une forme de coordination où les groupes protestataires utilisent des logiciels pour collaborer à élaborer un plan ou créer une action commune. Exemple: l'utilisation de logiciels comme Skype pour planifier une manifestation nationale ou transnationale, ou la création de pages Facebook pour militer contre l'emprisonnement de journalistes (p. ex., le cas de Raif Badawi et la page «Free Raif Badawi»).

19 Cette stratégie aborde l'utilisation de logiciels pour appeler les citoyens et militants à passer à l'action. Exemple: demander aux citoyens d'écrire aux

députés ou représentants locaux, de signer une pétition, de s'enregistrer lors d'un scrutin ou de participer à une manifestation dans les rues.

[20](#) Cette stratégie consiste principalement au partage de contenus liés à une cause. Elle se mesure par la diffusion de vidéos, photos, documents ou recherches. Exemple: la diffusion de vidéos démontrant la brutalité policière sur une plateforme comme YouTube.

[21](#) Cette stratégie a pour objectifs d'étendre et d'augmenter les liaisons numériques entre les militants. Exemple: la création du groupe Facebook «We are All Khaled Said» par les cyberactivistes égyptiens a été utilisée pour nouer des liens entre les activistes et citoyens pour organiser des actions lors des manifestations liées au Printemps arabe en Égypte.

[22](#) Cette stratégie privilégie le piratage informatique comme action politique. Exemple: les cyberattaques, la perturbation d'activités en ligne ou même certains actes de cyberintimidation.

[23](#) Originellement, le Systemic Peace décline l'indice en cinq catégories: *Autocracy* (de -10 à -6), *Closed Anocracy* (de -5 à 0), *Open Anocracy* (de 1 à 5), *Democracy* (de 6 à 9) et *Full Democracy* (10). Pour l'analyse, nous avons fusionné la catégorie *Open Anocracy* et *Closed Anocracy*.

[24](#) La valeur du p donne la probabilité que le hasard explique la différence égale ou supérieure observée entre deux échantillons ou deux moyennes dans ce cas. Donc si le p est inférieur à 0,05 ou à 5%, le hasard ne peut pas expliquer les résultats et les différences observées entre deux échantillons.

[25](#) Trois seuils de signification: $*p < 0,05$, $**p < 0,01$ et $***p < 0,001$.

[26](#) Le V de Cramer est une mesure d'association (de 0 à 1) qui s'applique à des tableaux et des graphiques de toutes les tailles. Ainsi, nous pouvons quantifier le niveau d'association ou la taille de l'effet par cette mesure (à partir de 0,1 = faible, de 0,3 = moyenne et de 0,5 = forte). Si le V de Cramer se situe sous 0,1, nous considérons l'association comme triviale, voire inexistante (Guay, 2013, p. 103).

[27](#) Les jeux vidéo ont été déployés deux fois dans l'échantillon, mais l'écart entre les deux moyennes est significatif.

[28](#) Lorsque l'initiateur de la campagne militante numérique provient de l'État ciblé.

CHAPITRE 9 /

Cybersocialité et économie politique des données personnelles

Un survol des usages populaires, commerciaux et sécuritaires de la surveillance des données

Tristan Rivard

L'omniprésence du phénomène cyber dans les sociétés occidentales a des répercussions profondes sur le rapport à l'espace, au temps et à l'information. L'altération de ces aspects de la réalité sociale par les technologies numériques et réticulaires a un effet complexe sur les sciences sociales et politiques, à la fois en matière de recherche, de méthode et de phénomènes sociaux. Ce chapitre aborde cette dernière dimension sous le prisme de la généralisation sociopolitique des principes et mécanismes de la surveillance. Cette contribution à la troisième question de recherche de ce livre met en exergue l'instrumentalisation sociale des couches logicielles et informationnelles par les logiques capitalistes et sécuritaires.

Le potentiel politique, social et institutionnel du cyberspace est de plus en plus perçu avec ambivalence. Une dualité s'accroît entre les discours associant la généralisation des technologies numériques et d'Internet à l'émancipation et ceux l'associant à de nouvelles formes d'oppression. Cette opposition binaire n'est pas hasardeuse, puisqu'elle répond à la logique même des «technologies à double usage» (Stowsky, 1997, traduction libre): d'abord

militaire, puis commercial. En effet, le cyberspace s'est en premier lieu développé sous l'égide d'une collaboration militaro-scientifique étasunienne en contexte de guerre froide (ARPANET), avant d'être standardisé et commercialisé (Banzal, 2007, p. 647). L'importance de la genèse technomilitaire du média numérique et du cyberspace est souvent minimisée par des postulats technophiles qui voient dans le phénomène cyber un vecteur civilisationnel étant, à terme, libertaire, humaniste et démocratique (Foster, 1999, p. 145). Or l'ambivalence contemporaine du phénomène cyber découle en partie d'une profonde remise en question de ces notions enthousiastes. Par exemple, l'idée initiale d'Internet en tant que réseau non hiérarchique et indépendant est aujourd'hui dépassée par la réalité contemporaine de ce média, soit un champ mondial de connectivité dominé par quelques acteurs oligopolistiques au sein d'un ordre pyramidal déterminant la structure générale de la Toile (Sadin, 2015, p. 32).

Les fuites du lanceur d'alertes Edward Snowden en 2013, concernant la surveillance de masse mondiale conduite par la collaboration des démocraties anglo-saxonnes (Australie, Canada, États-Unis, Nouvelle-Zélande, Royaume-Uni, ou les «Cinq yeux»), ont contribué à faire connaître auprès des médias et du monde universitaire les dimensions politiques et technomilitaires du média. Cette problématique s'étend aux rapports sociotechniques inégaux relatifs à la surveillance intrinsèque au fonctionnement des plateformes majeures du Web, dont Google et Facebook. Il semble que les formes assumées par la cybersocialité soient influencées par les propensions sociotechniques d'Internet¹ (couche logicielle) et par la diffusion des pratiques de surveillance des données (couche informationnelle).

L'économie politique des données personnelles évolue au sein d'une «nébuleuse de surveillance étatique corporative» (Hayes, 2012, p. 174, traduction libre), où les impératifs sécuritaires des États et les occasions commerciales des

entreprises se joignent dans des politiques implémentées à travers le code informatique des logiciels et services (Lessig, 2000). Cette nébuleuse profite d'un fait structurellement déterminant: l'utilisation des technologies numériques implique une mise en données (*datafication*) généralisée des communications, des activités, des champs d'intérêt, des états de santé et des caractéristiques physiologiques, démographiques et psychographiques des usagers. Cette mise en données constante est préalable à la surveillance des données (*dataveillance*), qui procède en soutirant les corps humains de leurs contextes territoriaux pour les reconstituer sous la forme d'une série d'indicateurs catégorisables (Haggerty et Ericson, 2000, p. 606). Le phénomène de surveillance des données personnelles, qui connaît une croissance corollaire à l'ubiquité du cyber, produit et entretient diverses formes d'asymétrie informationnelle relatives aux affaires militaires, politiques, commerciales et sociales.

Il est clair que l'usage des technologies numériques et réticulaires a des incidences diverses sur les comportements sociaux, la recherche et les méthodes de recherche en sciences sociales. L'objectif de ce chapitre est de décrire les différentes stratégies de surveillance des données déployées par les usagers-individus, les grandes plateformes sociales du cyberspace et les agences de renseignement des Cinq yeux – en particulier l'agence nationale de la sécurité des États-Unis (National Security Agency – NSA) et le quartier général des communications du gouvernement britannique (Government Communications Headquarters – GCHQ)². Ensuite, nous voulons interpréter ces stratégies populaires, commerciales et sécuritaires en fonction des notions de «noopolitique» et de «noopouvoir³» afin de mieux conceptualiser les interactions entre les couches logicielle, informationnelle et sociale.

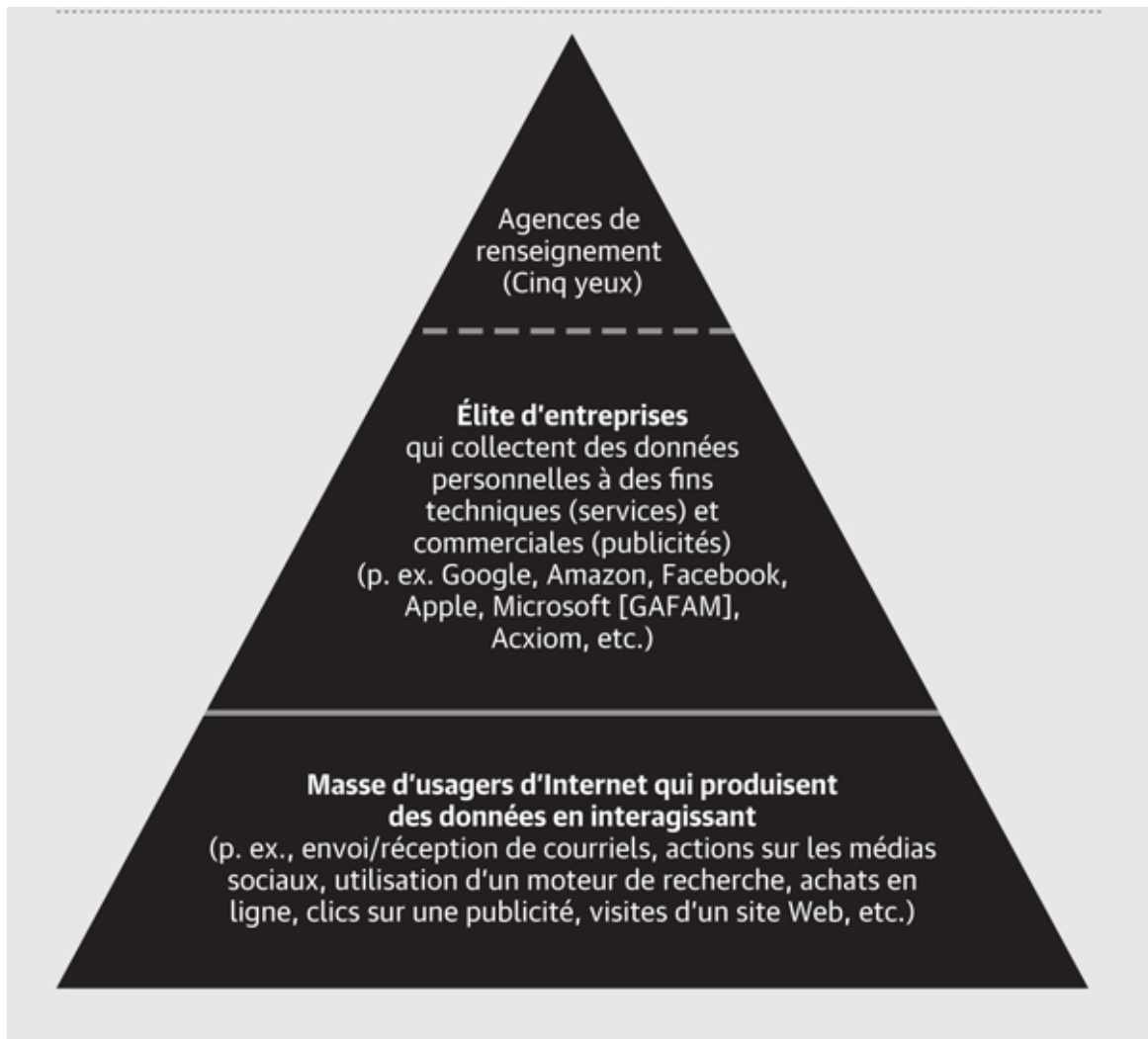
L'ubiquité du cyberspace dans la vie occidentale quotidienne est généralement associée à l'avènement du

«Web 2.0», soit le développement et la popularisation de plateformes sociales axées sur la participation, la collaboration et la création de contenu par des usagers. En dépit de cette omniprésence, de nombreuses recherches restent à faire en vue de comprendre et d'expliquer comment les structures logicielles et informationnelles relatives au Web 2.0 s'actualisent dans les rapports sociaux des usagers-individus, comment la couche logicielle contraint et facilite simultanément certains comportements et attitudes, ou, encore, comment l'organisation réticulaire du social altère, assouplit et durcit différentes hiérarchies (Beer, 2009). Bien que ces dimensions du phénomène cyber soient encore plus ou moins floues, il est néanmoins possible de contribuer à l'analyse du cyber à travers un survol des principaux vecteurs sociopolitiques de la surveillance au sein de l'économie politique des données.

9.1 / Les formes et les pratiques de la surveillance des données

Les contributions au champ universitaire des études sur la surveillance posent la surveillance des données comme le modèle d'affaires principal d'Internet (Lyon, 1998; Schneier, 2015b; Seignani, 2015). Il en résulte une économie politique des données personnelles pouvant être conceptualisée sous la forme d'une pyramide composée de trois paliers (Sadin, 2015, p. 173) et s'apparentant ainsi à la notion de «constitution mixte», soit un système politique qui combine des forces démocratiques, aristocratiques et monarchiques ([figure 9.1](#)).

Figure 9.1 / Schéma conceptuel de l'économie politique des données



À la base de cette configuration, les multiplicités d'utilisateurs-individus s'agrègent en diverses communautés flexibles et mouvantes qui constituent une population relativement démocratique (Berki et Jakala, 2009, p. 95). Cette masse d'utilisateurs-individus est le centre des initiatives de surveillance des données: les individus produisent des données, alimentant une industrie fondée sur leur exploitation, et sont sujets aux protocoles et algorithmes qui régissent la cybersocialité (Fuchs, 2015, p. 553). Donc, l'utilisateur-individu représente la boucle de la cybernétique des

données. Toutefois, la littérature souligne que l'utilisateur ne fait pas que figurer ou subir dans la surveillance des données, il y est aussi agissant, notamment grâce à des techniques de résistance politique ou de contrôle des perceptions (Dupont, 2008; Wilson et Serisier, 2010). Le second palier est principalement constitué d'un ensemble restreint d'acteurs technoéconomiques ayant établi une prédominance générale dans le cyberspace, dont l'acronyme GAFAM - Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft - est la tête de proue (Yen, 2002, p. 1261; Magnin, 2016). Au palier supérieur s'exerce en particulier la puissance technique de la NSA, qui peut être conçue comme la figure unitaire du cyberspace en raison de la concentration inégalée de capital technique et humain qu'elle sollicite, ainsi que de son emprise en amont et en aval de la Toile (Ball, Borger et Greenwald, 2013).

Bien entendu, si cette analogie facilite la conceptualisation des strates majeures de l'économie politique des données, elle connaît néanmoins d'importantes carences. En effet, la nette segmentation politique présentée dans la constitution mixte n'est pas adaptée à l'interdépendance complexe qui caractérise les relations entre humains, entre humains et machines, ainsi qu'entre les machines elles-mêmes (Wiener, 1948; Jean Lee, 2009, p. 41). Cette interdépendance s'illustre d'une multitude de façons. Notamment, les bases de données informatisées sont qualifiées de «réceptacles non étanches⁴» (Lyon, 2001, p. 37) en raison de la facilité avec laquelle elles peuvent être dupliquées et transmises au sein d'organisations privées et publiques. En effet, la démarcation entre les deux plus hauts paliers de la pyramide est brouillée par l'important va-et-vient entre la Silicon Valley et le département de la Défense des États-Unis (Harris, 2014, p. 176). Cet état de fait s'explique par les initiatives prises au cours des années 1990 - incidemment, la décennie de la commercialisation d'Internet - visant à rapprocher les industries civile et militaire, où «le personnel, l'expertise, la technologie, l'équipement et les installations [militaires] sont

tournés vers des applications économiques alternatives» (Defense Conversion Commission, 1992, p. i, traduction libre). Donc, les entreprises du cyber n'opèrent pas en vase clos, puisque le département de la Défense peut constituer un client important de même qu'une source appréciable de financement en recherche et développement (Ball, 2013, p. 85). De manière plus générale, ce rapprochement reflète le passage d'Internet en tant que technologie résistant aux juridictions territoriales à une technologie rationalisant leur application (Goldsmith et Wu, 2006, p. 10).

L'autre versant principal de l'interdépendance relève de la relation entre la masse d'utilisateurs et les grandes entreprises du cyber. Ces deux paliers existent en symbiose: les utilisateurs utilisent les services et les plateformes en tant qu'intermédiaires, tandis que les entreprises fondent leur modèle d'affaires sur la présence d'utilisateurs qui produisent des données et constituent un marché publicitaire. Donc, dans un contexte d'intégration technologique militaro-civile et d'interdépendance entre les utilisateurs et les entités commerciales, le schéma conceptuel pyramidal prend compte des synergies et convergences qui structurent l'économie politique des données.

9.2 / La surveillance des données: avant et après le cyber

La définition de la «surveillance», comme d'autres notions relativement stables avant l'avènement du phénomène cyber, subit une transformation conceptuelle lorsqu'appliquée dans le contexte des technologies numériques et réticulaires. Ces dernières s'inscrivent au sein de nombreuses avancées technologiques qui transcendent les barrières naturelles⁵ et construites⁶ qui limitaient autrefois les possibilités de surveillance (Marx, 2002). Dans le contexte de l'abondance informationnelle contemporaine, la

surveillance se définit moins par l'observation attentive de quelqu'un que par l'attention concentrée, systématique et routinière aux détails personnels à des fins de contrôle, de gestion ou d'influence (Lyon, 2008, p. 2). Plus particulièrement, la surveillance des données dépend de «l'utilisation de moyens techniques pour extraire ou créer des données personnelles» (Marx, 2002, p. 12, traduction libre). Le [tableau 9.1](#) permet de comprendre les différences axiomatiques entre la surveillance dite traditionnelle et la surveillance des données.

Même si les pratiques de surveillance s'adaptent, leur fonction reste plus ou moins intacte: lier les individus à leur passé et ainsi assurer un contrôle sur leur identité et leurs comportements (Rule, 2007, p. 27). Toutefois, la dynamique de la surveillance des données intensifie la dimension prédictive: le profilage commercial et sécuritaire des usagers-individus s'inscrit dans une logique de gestion du risque (Amoore et De Goede, 2005). À ce titre, un des fondements de l'État bureaucratique est particulièrement exacerbé par la cybersocialité, soit la lisibilité de la population pour le pouvoir administratif. Donc, l'économie politique des données dépend de la production, de l'accessibilité et de la diffusion de données personnelles, qui sont utiles à travers diverses pratiques de classification et de régulation du social (Scott, 1999, p. 183).

TABEAU 9.1 / Comparaison de la surveillance traditionnelle et de la surveillance des données

Dimension	Surveillance traditionnelle	Surveillance des données
Visibilité (de la collecte, de qui la fait, de qui elle procède)	Visible	Moins visible ou invisible
Coût (par unité de données)	Coûteux	Peu coûteux
Intégration	Collecte de données en tant qu'activité à part entière	Collecte de données intégrée à l'activité courante
Collecteur de données	Humain, animal	Machine (entièrement ou partiellement automatisée)
Endroit où les données résident	Avec le collecteur, demeurent au niveau local	Avec les tiers partis, migrent fréquemment
Moment d'action	Ponctuel ou intermittent	Continuel (omniprésent)
Disponibilité de la technologie	Disponibilité plus grande pour les élites	Plus démocratisée, certaines formes largement disponibles
Ratio de connaissance entre le sujet et le surveillant	Plus élevé (ce que le surveillant sait, le sujet le sait probablement aussi)	Moins élevé (le surveillant sait des choses que le sujet ignore)
Qui collecte les données	Spécialistes	Spécialistes, dispersion des rôles, autosurveillance
Analyse des données	Plus difficile à organiser, conserver, retrouver et analyser	Plus facile à organiser, conserver, retrouver et analyser
Fusion des données	Données discrètes et non combinables (en raison soit de formats différents soit de leur emplacement)	Combinaison facile des données visuelles, auditives, textuelles, numériques

Source: Marx, 2002, p. 28-29, traduction libre.

Ces deux processus connexes – classification et régulation – constituaient jadis la chasse gardée des États, notamment avec le développement des statistiques au XVIII^e siècle. Depuis l'avènement du cyber, ils sont aussi devenus l'apanage des entités capitalistes et sécuritaires qui se spécialisent dans la collecte, le croisement, l'analyse et l'échange des flux de données à l'échelle mondiale. En effet, les processus de classification et de régulation du social sont

aujourd'hui profondément liés au capital technique et économique qui sous-tend la mémorisation marchande des comportements individuels (Sadin, 2015, p. 214).

9.3 / Les multiplicités d'individus-usagers et la cybersocialité

Le cyberspace ouvre un espace de socialité gouverné par des structures distinctes en matière de communication, de mémorisation et de coordination. La transformation du rapport au temps et à l'espace influence la forme et la substance des liens associatifs et relationnels des multiplicités d'usagers-individus. Ceux-ci investissent Internet à de nombreuses fins, dont la discussion, le divertissement, le travail, la mise en commun, le rassemblement selon des champs d'intérêt communs, etc. (Smith et Kollock, 1999, p. 3). De manière prépondérante depuis l'ascendance des médias sociaux, les usagers-individus interagissent au sein d'un cycle de production et de consommation de contenu. À titre illustratif, en 2011, plus de 30 milliards de pièces d'information furent partagées chaque mois sur la plateforme Facebook, plus de 3,5 milliards de requêtes furent traitées quotidiennement par le moteur de recherche Google et plus de 35 heures de vidéo furent mises en ligne chaque minute sur le site YouTube (Zavala Pérez, 2011, p. 50). Ces chiffres attestent de la prégnance sociale d'Internet et de la production phénoménale de données qui en est la conséquence.

Aussi, l'importance de ces volumes souligne le pouvoir croissant des entreprises propriétaires des plateformes de partage, puisque ces dernières constituent des intermédiaires qui régulent les modalités de l'agrégation des usagers-individus. En particulier, la conception des algorithmes et fonctionnalités des plateformes majeures conditionne les paramètres des rapports sociaux qui y ont lieu. Les

entreprises du Web 2.0 conçoivent les interfaces et les algorithmes en vue de «produire la socialité et la connectivité» (van Dijck, 2012, p. 160, traduction libre). En ce sens, les formes prises par la cybersocialité ne sont pas immanentes ou naturelles, mais toujours façonnées par les fonctionnalités mises à la disposition des usagers selon les intérêts des compagnies qui les conçoivent (Smith et Kollock, 1999, p. 4).

Malgré l'ascendant technopolitique des entreprises numériques sur les usagers-individus, ces derniers s'approprient les médias sociaux, les forums généralisés et spécialisés, les sites d'actualité, les sites d'intérêt, les plateformes de partage audiovisuel, etc. Les cyberrelations s'entrecroisent et se superposent: un même individu est un usager de plusieurs services et vit des relations plus ou moins temporaires et dispersées à travers les plateformes et communautés existantes.

C'est dans ce contexte qu'ont lieu les divers rapports démocratiques et méritocratiques qui s'établissent entre les usagers-individus. D'une part, les communautés fonctionnent généralement sur une base horizontale, fondée sur l'égalité promise par les interfaces communes (Wilhelm, 2000, p. 34), ce qui contribue à l'effet démocratisant des technologies de l'information et des communications. Toutefois, cette égalité dans le rapport sociotechnique des usagers à l'interface ne signifie pas que ceux-ci ont une même portée expressive ou un même accès aux ressources nécessaires à la production de contenu (Marwick, 2012, p. 386). Au contraire, les logiques élitistes et méritocratiques sont prépondérantes au sein des codes et fonctionnalités des médias sociaux; elles sont intrinsèques aux fonctionnalités sociotechniques que sont les «abonnements», les «J'aime» et les «*retweets*». Ces fonctionnalités établissent des systèmes méritocratiques destinés à une minorité d'usagers qui compétitionnent au sein d'une économie de l'attention (van Dijck, 2012, p. 170).

De plus, ces fonctionnalités constituent des mécanismes sociotechniques ayant pour fonction de mettre en données et de standardiser les champs d'intérêt, les comportements et l'intersubjectivité des usagers. Elles représentent la dimension volontaire de la production de données, en tant qu'heuristiques expressives et relationnelles de la cybersocialité. Or, au-delà du versant volontaire et manifeste de la production de données, existe une masse de données et de métadonnées générées automatiquement et involontairement à travers l'usage des différents services, plateformes et technologies. Ces métadonnées constitueraient métaphoriquement la «voie d'échappement» du cyber (Schneier, 2015a, p. 17, traduction libre).

La combinaison des (méta)données produites de manière intentionnelle et non intentionnelle est une part importante de l'environnement informationnel au sein duquel se déploient diverses dynamiques de surveillance des données de la part des différents acteurs de cette économie politique. La surveillance des données conduite par les usagers-individus s'appuie surtout sur les données produites intentionnellement, par soi ou par les autres. D'abord, sur le plan personnel, la mise en données et la quantification du réel facilitent un ensemble de pratiques relatives à l'*autosurveillance* et, plus largement, au souci de soi⁷ (Coutant, 2011; Foucault, 2014; White, 2014). Par exemple, l'ubiquité des capteurs et l'ingéniosité des logiciels permettent aux individus de suivre en temps réel des indicateurs de santé comme la perte calorique, le rythme cardiaque ou le niveau d'hydratation (Sadin, 2015, p. 88). Donc, il importe de noter que la surveillance par les données peut être mobilisée par les usagers-individus poursuivant des stratégies d'autodiscipline, notamment physiologique et médicale.

Ensuite, entre les usagers-individus peut se manifester une surveillance qualifiée de «sociale» (Marwick, 2012), «latérale» (Andrejevic, 2005) et «participative»

(Albrechtslund, 2008). Ces notions désignent la surveillance faite entre pairs, dans le cadre de rapports politiques intrinsèques aux relations socioéconomiques (parents-enfants, employeur-employé, etc.). Dans cette situation, les personnes sont simultanément surveillantes et surveillées (Marwick, 2012). La visibilité mutuelle relative aux usagers des médias sociaux tend à responsabiliser les individus par rapport à la présentation de soi et à l'anticipation des jugements extérieurs. En outre, le cycle de production et de consommation de données peut être le lieu de stratégies de construction identitaire et d'influence des perceptions (Foucault, 1977, p. 202; Vaz et Bruno, 2003, p. 275; Marwick, 2012, p. 379).

Finalement, entre les usagers-individus et les organisations capitalistes ou étatiques peut s'exercer une «sousveillance» concernée par l'imputabilité organisationnelle (Mann, Nolan et Wellman, 2003). Cette sousveillance s'illustre, par exemple, dans la multiplication des sites Web voués aux témoignages, aux évaluations et aux impressions personnelles concernant les biens et services, l'expérience des consommateurs et la qualité des employeurs⁸. Les médias sociaux, blogues et forums peuvent également être des vecteurs de mobilisation et de témoignages critiques en rapport à des événements ou à des rapports institutionnels. La sousveillance est typiquement actualisée par l'utilisation massive de téléphones cellulaires lors de contestations populaires pour enregistrer et médiatiser les actions des forces policières (Neumayer et Stald, 2014). Donc, la surveillance des données peut être l'objet d'une réappropriation politique populaire dans le cadre de stratégies communicationnelles et mobilisatrices. Qu'il s'agisse d'enjeux de consommation ou de citoyenneté, la production et la diffusion d'informations relatives à l'expérience personnelle peuvent être des leviers d'influence et d'action collective.

Par rapport à notre schéma conceptuel pyramidal, il semble que le palier des usagers-individus soit le plus diversifié: l'utilisateur peut se surveiller lui-même à des fins utilitaires et productives, surveiller ses pairs dans le contexte de relations sociopolitiques et, finalement, participer à la sousveillance des organisations et structures de pouvoir.

9.4 / Les plateformes intermédiaires et l'effet de réseau: les dynamiques numériques

En 2017, l'horizon corporatif du Web 2.0. occidental inclut, entre autres, les entreprises Amazon, eBay, Facebook, Google, Reddit, Twitter et Yahoo. Ces plateformes occupent et sectionnent l'espace communicationnel d'Internet en communautés relatives au réseautage social, à l'entretien de blogues, à l'échange d'images, à l'audiovisuel, aux discussions et forums, etc. En dépit de leurs différences en matière de champ d'activités et de public cible, elles partagent un modèle d'affaires ancré sur la production de données personnelles par les usagers. Au premier chef, les deux plus grands services – Facebook et Google-YouTube – constituent de vastes «machines d'accumulation de capital basées sur la publicité» dont le fonctionnement repose sur la surveillance par les données (Fuchs, 2012, p. 155). En effet, ces géants d'Internet collectent, traitent et commercialisent des quantités phénoménales d'informations personnelles.

L'encyclopédie populaire Wikipédia constitue un archétype d'exception à cette réalité technoéconomique, qui illustre le potentiel radical d'Internet autant dans le fond – la constitution d'une encyclopédie intégrale des savoirs – que dans la forme – la conception d'un service transparent mis à la disposition d'une communauté universelle pratiquant l'autogestion. Si l'initiative repose elle aussi sur la création de contenu par les usagers, elle est sans but lucratif, et ce, même si elle constitue le cinquième domaine le plus consulté

de la Toile (Lafrance, 2016). Wikipédia illustre en quoi l'exploitation marchande de la création de contenu par les usagers n'est pas déterminée d'avance par le cyber, mais choisie dans le cadre de stratégies d'acteurs visant à maximiser leurs intérêts politicoéconomiques et à contenir le potentiel subversif des modalités sociales dérivées du cyber.

9.4.1 / **L'effet de réseau et les quasi-monopoles**

L'agrégation des multiplicités d'utilisateurs-individus est conditionnée par un ensemble de facteurs relatifs aux structures du cyberspace. Notamment, l'intégralité⁹ et l'interopérabilité¹⁰ d'Internet impliquent que les services et plateformes ont une portée techniquement universelle au sein d'un espace mondialisé (Schneier, 2015a, p. 64). Par conséquent, la Toile constitue un marché unique, bien qu'elle soit culturellement axée sur la société de consommation occidentale (Dodge et Kitchin, 2003, p. 33). Ces dynamiques intensifient l'«effet de réseau¹¹» des services de la Toile, c'est-à-dire la valeur croissante d'un logiciel en fonction de son nombre d'utilisateurs. De plus, dans la logique de l'approfondissement perpétuel des structures sociotechniques (Tillinac, 2006, p. 21), l'effet de réseau se manifeste non seulement par la croissance de la valeur accordée intersubjectivement au fait d'utiliser le service, mais aussi par l'amélioration objective de la performance du service. Ces deux cercles vertueux – d'utilité et de perfectionnement – assurent une dynamique de gagnant qui emporte tout en ce qui concerne les différentes plateformes et niches de la cybersocialité (Lanier, 2013).

La tendance centripète découlant de l'effet de réseau a d'importantes ramifications en ce qui concerne la configuration corporative de l'économie politique des données. Premièrement, les médias sociaux et les plateformes de partage tablent sur l'effet de réseau pour constituer des quasi-monopoles spécialisés (*The Economist*,

2014). En effet, les premières plateformes à atteindre une masse critique d'utilisateurs dans un champ précis de la cybersocialité sont avantagées par un cercle vertueux entre la présence d'une communauté importante et l'attrait auprès des usagers-individus potentiels. En guise d'exemple, si un usager (consommateur) et un vidéaste (producteur) cherchent respectivement la plus large sélection de vidéos et la plus grande audience, ils s'inscriront tous les deux sur la plateforme YouTube et reproduiront l'influence sociotechnique du réseau auprès des non-utilisateurs. La notion de «quasi-monopole» renvoie au fait qu'il existe toujours des réseaux alternatifs aux services populaires, mais que ceux-ci doivent viser des niches plus spécialisées et drastiquement réduites en popularité: elles sont confinées à la marginalité. L'effet de réseau agrège une masse critique d'utilisateurs-individus sur un nombre restreint de plateformes et de services, ce qui confère une structure oligopolistique à la structure économique de la cybersocialité (*The Economist*, 2017).

Deuxièmement, une fois que la popularité du réseau est établie et reconnue, ces quasi-monopoles deviennent des structures établies et déterminantes de l'économie politique des données¹². C'est cette réalité structurelle qui amène certains auteurs à parler de l'avènement d'un féodalisme numérique et informationnel (Draho et Braithwaite, 2003), où certaines grandes entreprises vont chercher à s'étendre verticalement en investissant les couches matérielle, logicielle, informationnelle et sociale. De plus, les communautés créatrices de contenu deviennent en quelque sorte captives des politiques de l'entreprise propriétaire, étant donné le coût d'option élevé – et croissant – de quitter le réseau prééminent (Farrell et Klemperer, 2007). L'intégration verticale permet de dissuader encore davantage – et, à la limite, d'empêcher – les usagers-individus d'utiliser d'autres services que ceux de l'entreprise. Ces différentes méthodes imposent une forme d'allégeance aux usagers, puisque l'expérience numérique et réticulaire est alors

intégralement captée et traitée par la même entreprise¹³, ce qui permet l'exploitation la plus efficiente des données personnelles (Meinrath, Losey et Pickard, 2011, p. 426; Narayanan, 2013). Ces tentatives d'intégration des usagers à des ensembles technologiques exclusifs illustrent en quoi les intérêts technoéconomiques des grandes compagnies de la Toile peuvent réduire la marge de manœuvre des usagers sur les couches logicielle et informationnelle.

9.4.2 / L'assemblage surveillant et la marchandisation des sosies de données

Au-delà des dynamiques économiques et sociales influencées par l'effet de réseau, l'émergence d'un marché des données personnelles stimule de nouvelles organisations commerciales visant à en maximiser l'exploitation. L'industrie des données emploie environ 3 millions de personnes aux États-Unis et constitue un marché estimé à 300 milliards de dollars américains annuellement (Morris et Lavandera, 2012). L'entreprise Acxiom, un des principaux courtiers en données d'Internet, est un des grands acteurs de la surveillance des données à des fins commerciales. Acxiom se spécialise, d'abord, dans l'agrégation des données personnelles générées en ligne, hors ligne et sur différents appareils, et, ensuite, dans la marchandisation de l'accès aux portfolios ainsi constitués et présentant une «vision à 360 degrés» des consommateurs (Acxiom, 2017). À ce titre, les serveurs de la compagnie traiteraient plus de 50 trillions d'échanges de données par année, alors qu'un profil individuel contiendrait en moyenne 1500 éléments d'information personnelle (Singer, 2012). En partenariat avec Facebook, Microsoft, Yahoo et d'autres entités, Acxiom gère et commercialise près de 700 millions de profils individuels mettant en relation les champs d'intérêt, préférences et comportements des consommateurs partout dans le monde (Steel, 2015).

Les caractéristiques de la surveillance pratiquée par Acxiom sont emblématiques de la «nouvelle surveillance» (Marx, 2002, p. 87; traduction libre) présentée dans le [tableau 9.1](#). En effet, sa surveillance: est continue et invisible auprès des surveillés; se réalise à très grande distance et à très grande échelle par des systèmes automatisés; est intégrée à l'activité courante des usagers d'un vaste ensemble de sites et de pages Web; est faite par un tiers parti ayant intérêt à la diffusion des données collectées; est basée sur le caractère hautement fongible, combinable et malléable des données numériques; permet à l'entreprise – et à ses clients – de connaître des faits que le surveillé ignore.

L'activité principale de la surveillance des données relève du triage social (Lyon, 2003), c'est-à-dire l'analyse des données générées par les «citoyens, employés et consommateurs, afin de coordonner et de contrôler leur accès aux biens et services qui définissent la vie dans l'économie capitaliste moderne» (Gandy, 1993, p. 15, traduction libre). En somme, le triage social procède à partir des profils individuels, qui constituent des «sosies de données¹⁴» potentiellement discriminatoires (Lyon, 2014, p. 7). L'utilisateur-individu est désincarné par des logiciels d'analyse de données et reconstitué graphiquement sous diverses formes utilitaires, comme le profil psychométrique, la cartographie de relations sociales, les habitudes de consommation, l'état de santé, les transactions financières, l'utilisation d'Internet, l'historique de crédit, l'itinéraire des déplacements, etc. (Haggerty et Ericson, 2000, p. 618). Cette «constitution d'un soi additionnel» (Poster, 1990, p. 97) sur une base purement informationnelle exerce une rétroaction sur les individus réels en modulant, selon les contextes, les possibilités, les prix à la consommation, l'éligibilité, l'attention et la visibilité offertes (Schneier, 2015a, p. 111). La diversité des entités qui collectent directement ou indirectement des données personnelles proscrit la

perception d'une surveillance monolithique. Il y a plutôt lieu de parler d'un «assemblage surveillant», c'est-à-dire un quadrillage ubiquitaire et asymétrique des populations qui émerge du foisonnement décentralisé d'acteurs et de pratiques de surveillance (Haggerty et Ericson, 2000, p. 618). Aucun groupe majeur de la population ne se situe hors de portée de l'assemblage surveillant, notamment en raison des phénomènes de surveillance sociale et de sousveillance abordés précédemment.

9.4.3 / La politique du code et l'asymétrie informationnelle

Bien que le cyberspace puisse être utilisé au service du pluralisme et de la décentralisation, la propension des TIC à rationaliser les processus informationnels complexes favorise néanmoins la consolidation et la concentration des grandes organisations. Certainement, les «arts de faire» qu'emploient les individus en s'appropriant subjectivement les artefacts techniques (Certeau, 1990) rendent difficile l'évaluation du degré de contrôle effectif exercé par les organisations sur les usagers. Toutefois, cette subversion populaire et personnelle demeure conditionnée en amont, puisque les interfaces et les fonctionnalités d'une plateforme encouragent, promeuvent ou proscrivent certains types de comportements et d'attitudes (Sadin, 2015, p. 38). Les protocoles et algorithmes qui régissent l'expérience sociotechnique des usagers ne sont pas neutres, étant développés par d'autres humains ayant leur part de motivation idéologique, de biais cognitifs et de mandats institutionnels (Owen, 2015). Il y a lieu d'envisager les logiciels comme des «discours organisationnels figés», où les décisions prises, les intérêts impliqués et les biais structurels sont implicites dans l'usage et les fonctionnalités (Leyshon et Thrift, 1999, p. 441). En outre, l'interface des usagers cristallise une philosophie spécifique en *réalisant* certaines idées et en en consignnant d'autres à la virtualité (Lanier, 2013).

Les gains individuels en matière de communication et d'accès à l'information, bien que réels, existent à l'ombre des avantages dont bénéficient les structures de pouvoir déjà existantes en matière d'efficience organisationnelle (Bromley et Apple, 1998, p. 15).

Les gestionnaires bureaucratiques, l'élite corporative, l'armée, les agences de sécurité et de surveillance peuvent tous mettre à bon usage des données informatiques pour brouiller, mystifier, intimider et contrôler [...] Ces structures sociales ont des intérêts profondément enracinés auxquels l'information peut être assimilée et à partir desquels des programmes peuvent être déduits. Dans les affaires militaires, ils s'évertuent à préserver l'État-nation; en économie, ils fonctionnent en réponse à l'*éthos* entrepreneurial; en politique, ils travaillent à étendre la gestion utilitaire (Roszak, 1986, p. 208, traduction libre).

En accroissant significativement le potentiel de rétention et d'analyse de l'information, le cyber tend à reproduire et accroître les inégalités de savoir et de pouvoir entre les grandes organisations politicoéconomiques et les individus. En effet, les dynamiques de transparence sont asymétriques, puisque ce sont avant tout les usagers-individus qui sont «codés et circulés» (Kyong Chun, 2006, p. 21, traduction libre) par diverses organisations du cyberspace, tandis que ces dernières jouissent d'une opacité renforcée par le secret corporatif et la complexité des logiciels (Sadin, 2015).

9.5 / **La NSA, le GCHQ et la «supériorité informationnelle»**

L'économie politique des données personnelles, lorsque considérée du point de vue des entreprises et des usagers, constitue un champ sociotechnique polycentrique.

Néanmoins, l'analyse du rôle et de la portée des agences de renseignement permet de constater une tendance unitaire. En effet, les «Cinq yeux¹⁵» peuvent être considérés comme l'apex du capital technique et humain nécessaire à la surveillance des données. Aujourd'hui, cette collaboration a pour projet de «maîtriser l'Internet» et de perpétuer sa supériorité informationnelle (Sénat du Canada, 2007). La supériorité informationnelle repose, entre autres, sur la mobilisation des moyens technologiques nécessaires à la collecte, au traitement et à la dissémination d'un flux constant d'informations permettant aux gouvernements d'en tirer avantage, que ce soit en politique intérieure ou en politique étrangère (Trépant *et al.*, 2014, p. 3). La notion de «domination informationnelle¹⁶», quant à elle, renvoie à l'extension de la prééminence technomilitaire des États-Unis à la sphère des communications: «[T]out savoir sur l'adversaire en l'empêchant d'en savoir beaucoup sur soi» (Arquilla, 1994, p. 24-25, traduction libre).

Au sein de l'économie politique des données personnelles, le pouvoir de ces agences s'actualise par deux principaux vecteurs: en amont, l'infiltration des infrastructures de communication; en aval, la cooptation des tiers partis. D'abord, les tactiques (connues) qui sont utilisées en amont du cyberspace peuvent être illustrées par le programme Tempora, mené par le GCHQ et partiellement financé par la NSA. Le programme s'appuie sur la position géostratégique du Royaume-Uni en tant que relais des câbles sous-marins transatlantiques. Le GCHQ exploite ce point de convergence des flux de données sur son territoire pour filtrer et traiter en temps réel d'importants volumes de données personnelles à l'état brut. Cette surveillance des données à partir de l'infrastructure réticulaire mondiale permettrait au GCHQ d'avoir le «plus grand accès Internet» (MacAskill *et al.*, 2013, traduction libre) d'entre les cinq agences du partenariat. Les tactiques utilisées en aval incluent, mais ne sont pas limitées, à la cooptation financière ou légale de tiers partis

stratégiques. Ce qui est connu du programme PRISM illustre divers aspects importants, bien que datant de 2013. PRISM se superpose à la surveillance des données effectuée par les grandes corporations d'Internet en mandatant juridiquement leur coopération dans le cas de neuf services et entreprises étasuniennes: Microsoft, Yahoo, Google, Facebook, Paltalk, AOL, Skype, YouTube et Apple. La NSA utilise la structure logicielle de PRISM pour obtenir les communications ou métadonnées associées à un identifiant particulier¹⁷.

L'accès de la NSA aux données détenues par les corporations étasuniennes peut procéder de diverses façons. D'abord, elles peuvent être offertes volontairement dans le cadre d'un partenariat. C'est le cas d'AT&T, qui entretient une relation de longue date avec la NSA, ayant notamment aidé celle-ci à mettre le quartier général new-yorkais de l'ONU sous écoute (Pengelly, 2015). De plus, les agences fédérales peuvent acheter l'accès à des bases de données personnelles. Les agrégateurs de données personnelles à des fins commerciales, comme Acxiom, rationalisent ce processus d'acquisition (ACLU, 2004). Aussi, les entreprises Verizon, Sprint et AT&T reçoivent annuellement plusieurs centaines de millions de dollars de la NSA en échange d'un accès à environ 80% des appels internationaux transitant par les États-Unis (Lenzner, 2013). Également, l'État fédéral possède de nombreux outils légaux, dont ceux issus du *Patriot Act* de 2001, afin de forcer les fournisseurs de services et autres entreprises à ouvrir l'accès à leurs bases de données. Finalement, la NSA implémente des logiciels de surveillance dans une panoplie de produits commerciaux en y installant des «portes dérobées» (*backdoors*) avant qu'ils ne soient exportés à l'international (Greenwald, 2014a).

En dépit de la coopération avec diverses entreprises, celles-ci peuvent être elles-mêmes l'objet d'opérations de surveillance clandestines de la part des Cinq yeux. À cet égard, le programme MUSCULAR visait à infiltrer les réseaux internes de Yahoo et de Google qui relient leurs centres de

données partout dans le monde. À partir de différents points d'interception situés hors de la juridiction étasunienne, la NSA et le GCHQ ont pu dupliquer les flux de données circulant entre les serveurs de ces géants de la Silicon Valley (Gellman et Soltani, 2013). Manifestement, la prééminence des corporations étasuniennes dans le marché mondial des télécommunications constitue un levier stratégique pour la NSA, qui voit en cet état de fait un «avantage du terrain à domicile¹⁸» (Greenwald et MacAskill, 2013). La surveillance des données effectuée à des fins commerciales par les grandes compagnies d'Internet rend le travail de la NSA «plus rapide, plus facile, plus concentré et moins demandant opérationnellement» (Lichtblau, 2009, p. 153, traduction libre). Cette proximité, notamment les portes battantes entre les agences fédérales et le secteur privé, fonde le «complexe industriel de surveillance» (Ball, 2013; notre traduction). Donc, dans l'économie politique des données personnelles, les Cinq yeux possèdent les moyens techniques, légaux et politiques nécessaires pour protéger et reproduire leur supériorité informationnelle. Le regroupement peut être considéré comme la figure unitaire de l'économie politique des données, considérant sa nature informelle et exclusive, de même que sa préséance sur des structures institutionnelles formelles comme l'OTAN et l'Union européenne (Borger, 2013).

9.6 / La surveillance des données au cœur des noopolitiques et du noopouvoir

La «nouvelle surveillance» est continue, massifiée, automatisée et productive. Son ascendance en tant qu'axiome majeur du «capitalisme informationnel» (Ignatow, 2012, traduction libre) nécessite donc une adaptation conceptuelle afin de dépasser les analyses purement juridiques et criminologiques. En effet, la surveillance des

données devient un moyen privilégié de contrôler le potentiel subversif des nouvelles technologies, d'extraire une valeur ajoutée des activités communicationnelles des masses d'utilisateurs, ainsi que d'individualiser le pouvoir d'influence et de suggestion.

9.6.1 / **La noosphère**

Le cycle de production et de consommation de données, dans lequel s'insèrent les utilisateurs et créateurs de contenu, participe à la «noosphère», c'est-à-dire l'ensemble composé de la cognition et des échanges de mots et d'idées entre les humains. La noosphère, de manière analogue à Internet vis-à-vis de son rôle de réseau des réseaux, désigne un «cerveau des cerveaux», où la technologie prend le relais des «fibres nerveuses non pensantes» (Rigaux, 2007). Le cyberspace, Internet, les médias sociaux et les TIC constituent les plus récents dispositifs de convergence cognitive et affective qui exploitent et alimentent la noosphère. À cet égard, l'économie politique des données personnelles repose sur l'exploitation économique de la noosphère, notamment des échanges linguistiques et symboliques qui caractérisent les relations sociales numériques. L'importance croissante de l'information au sein du «capitalisme informationnel» (Ignatow, 2012, traduction libre) mène à une adaptation des individus, des corporations et des États. En ce sens, la noosphère numérique est un terrain où se déploient des «noopolitiques¹⁹»: des politiques visant la «modulation des flux de désirs et de croyances, et les forces (la mémoire et l'attention) qui les font circuler dans la coopération entre les cerveaux», par l'utilisation des «réseaux hertziens, audiovisuels, télématiques²⁰, de la constitution de l'opinion publique, de la perception et de l'intelligence collective» (Lazzarato, 2004, p. 83-86; voir aussi Citton, 2006).

9.6.2 / **La noopolitique**

Différentes noopolitiques suivent ainsi les intérêts populaires, commerciaux et sécuritaires des groupes d'acteurs. En effet, l'action noopolitique dans le cyberspace – qu'elle réponde à une logique démocratique, oligarchique ou étatique – passe par la production, la diffusion et la consommation d'information (Arquilla et Ronfeldt, 1999, p. 71). L'individu-usager, au sein des modèles d'affaires bifaces d'Internet, agit indirectement comme travailleur intellectuel en étant doué de la faculté inaliénable de faire circuler certaines noopolitiques²¹, d'influencer les discours, les idées et les dispositions des autres qui l'entourent (Jurgenson, 2010; O'Neil et Frayssé, 2015; Roberts, 2016). Par exemple, des activistes et des groupes de pression visent à rallier un soutien populaire à leur cause ou à leur communauté en produisant et en diffusant horizontalement du contenu intellectuel et affectif; des entreprises cherchent à connaître les comportements et les propensions des consommateurs pour mieux faire de leur service numérique un monopole sectoriel établi sur l'effet de réseau; des agences de renseignement mobilisent leur capital technique pour collecter et analyser légalement ou clandestinement le plus d'informations personnelles possible en vue d'une pluralité d'intérêts institutionnels. En dépit des inégalités structurelles et techniques importantes entre les trois groupes d'acteurs, ceux-ci ont en commun de poursuivre des stratégies communicationnelles adaptées au cycle de production et de consommation d'information.

9.6.3 / **Le noopouvoir**

Le palier des usagers-individus peut s'inscrire au sein de diverses noopolitiques – qu'il s'agisse d'environnementalisme ou de consumérisme, de féminisme ou de masculinisme, de progressisme ou de conservatisme – à travers des actes de surveillance, d'interprétation et de diffusion de données. Toutefois, il demeure que la gestion capitaliste des

plateformes populaires signifie que celles-ci incorporent et opérationnalisent *d'abord* les stratégies d'accumulation des différentes entreprises. L'exercice d'une politique organisationnelle qui *précède* et *infléchit* les formes communicationnelles et relationnelles de la cybersocialité est un des faits constitutifs du «noopouvoir» (Gehl, 2013) corporatif. Le noopouvoir renvoie à la canalisation et à l'infléchissement de la créativité et de l'intelligence collectives par divers incitatifs qui servent des fonctions stratégiques; il s'opère sur Internet par des interfaces et des fonctionnalités qui rationalisent, attirent et récompensent la communication et la mise en données de la vie personnelle. Or cette mise en données généralisée ne signifie pas seulement la publicisation de la vie privée, mais aussi sa duplication et son stockage indéfinis. En ce sens, elle va au-delà des dynamiques relatives à la sphère publique: à la visibilité par tous s'ajoutent les dynamiques de permanence, de duplication et de corrélation des informations partagées.

Sur le plan commercial, les entreprises comme Facebook et Google exercent un noopouvoir en concevant un réseau sociotechnique qui rationalise, centralise et archive les activités communicationnelles des usagers, tout en déterminant arbitrairement les façons dont elles sont représentées et transmises au sein du réseau. Ces déterminations prennent la forme de fonctionnalités performatives, les plus iconiques étant les «J'aime», les «*retweets*» et les «abonnements²²». Si ces fonctionnalités peuvent être considérées comme des outils de noopouvoir, c'est qu'elles opèrent en tant qu'heuristiques de la cybersocialité permettant d'en convertir la complexité en unités standardisées, quantifiables et productives (Gehl, 2013). Donc, l'environnement sociotechnique artificiel conçu par les grandes plateformes numériques est gouverné par des algorithmes privés ainsi que des fonctionnalités expressives arbitraires (Gehl, 2015, p. 10); ce contrôle exercé

sur les couches logicielle et informationnelle permet d'infléchir les formes assumées par la couche sociale.

De plus, l'espace artificiel des grandes plateformes numériques exploite l'esprit humain sur au moins deux plans: d'abord, en employant la créativité et les savoirs d'ingénieurs, de concepteurs, de mathématiciens et d'informaticiens afin de développer des machines d'accumulation complexes (Fuchs, 2012); ensuite, en utilisant ces dernières pour réguler et exploiter les activités, communications, préférences et relations des usagers-individus, qui acceptent tacitement cet état de fait en suivant la force centripète de l'effet de réseau. L'existence effective et continue d'un média social dépend entièrement de l'activité intellectuelle, symbolique et affective qui y est conduite volontairement par les usagers; l'intelligence collective est gratuitement mise à la disposition des structures capitalistes des médias sociaux.

Sur le plan étatique, les États-Unis ont vraisemblablement développé le noopouvoir le plus avancé, étant donné leur supériorité informationnelle reconnue, leur influence sur les conditions sociotechniques générales ainsi que leur prééminence technomilitaire incontestée. À travers les programmes de surveillance de la NSA et du reste des Cinq yeux, les États-Unis filtrent et accumulent un capital informationnel phénoménal pouvant être diplomatiquement, militairement, économiquement et politiquement fongible. À travers la coordination d'initiatives technomilitaires clandestines, les Cinq yeux peuvent influencer, interrompre, corrompre, usurper, détruire, limiter, confondre, retarder et isoler les capacités informatiques et réseautiques d'un adversaire étatique, criminel, terroriste ou autre (Bodeau et Graubart, 2013, p. 4). Ces capacités techniques fondent le noopouvoir des agences de renseignement, qui conduisent entre autres des opérations psychologiques et cognitives destinées à altérer les dispositions populaires sur Internet. Ces initiatives noopolitiques incluent la diffamation ciblée par

divers moyens, dont les fuites délibérées d'informations, ainsi que la fomentation de dissensions au sein de l'activisme numérique à travers des méthodes basées sur la sociologie et la psychologie interpersonnelle (Greenwald, 2014b).

En somme, les noopouvoirs étatiques et corporatifs, bien que distincts, peuvent se croiser et même coopérer dans l'emploi de techniques similaires relatives aux logiciels de traitement des données. Le noopouvoir étatique est particulier en ce qu'il sert de base pour diverses sanctions administratives visant certains individus identifiés comme criminels, terroristes ou subversifs. Ainsi, si le noopouvoir corporatif se caractérise par la stimulation et l'infléchissement des communications au sein d'un cadre standardisé et paramétré en fonction d'une exploitation commerciale, le noopouvoir étatique cherche à identifier et analyser certains types de communications en fonction d'impératifs administratifs et politiques. Autrement dit, le noopouvoir étatique régule en aval le contenu et l'intentionnalité des communications, dont les formes et les modalités ont été standardisées en amont par le noopouvoir corporatif.

Conclusion

À travers les différents contextes sociopolitiques étudiés, il apparaît clair que la surveillance, en tant qu'activité de régulation sociétale essentielle à la gestion administrative, est profondément transformée par l'avènement du cyber. En effet, la malléabilité de l'information, la facilité d'accès et l'instantanéité des actions à distance contribuent à faire de la surveillance des données une manne sociale, économique et politique. En ce sens, la configuration contemporaine de l'économie politique des données établit la surveillance en tant qu'activité sociotechnique centrale à la cybersocialité.

Or la généralisation du phénomène cyber dans les sociétés occidentales devient une problématique sociale, éthique et politique, considérant qu'elle est le corollaire d'un approfondissement épistémologique passant par la mise en données des vies sociales et privées des populations. Le champ théorique du *noo*pouvoir permet de souligner en quoi le savoir dérivé d'un accès privilégié aux données, aux compétences techniques pour les traiter et à l'intelligence pour les interpréter constitue une ressource politique déterminante.

Dans son actualisation du virtuel au réel, l'économie politique des données personnelles vise à contenir les potentialités radicales de la cybersocialité au sein de l'ordre politicoéconomique existant. Les alternatives à la surveillance généralisée des individus font partie des possibilités latentes de la virtualité du numérique, attendant d'être actualisées par des interfaces et des algorithmes n'étant pas conçus afin d'établir et d'entretenir une asymétrie informationnelle (Gehl, 2013). L'attention portée aux facteurs structurels, ainsi qu'aux stratégies des acteurs qui s'y adaptent, souligne le rôle de l'humain – de la couche sociale – dans la *réalisation* de certaines possibilités *virtuelles*, sur les plans logiciel et informationnel, plutôt que d'autres. La problématisation des rapports d'exploitation informationnels basés sur les données personnelles a pour objet de dénaturer les structures logicielles inégalitaires qui tirent profit du contexte d'investissement populaire d'Internet. Un rapport particulier entre le contrôle et la liberté des usagers est *réalisé* par chaque plateforme ou service à travers la modulation des formes possibles de la cybersocialité.

Certes, le foisonnement hétérogène du cyberspace doit inciter à la modération en matière de généralisation analytique. Néanmoins, l'importance de la virtualité, en ce qui concerne la configuration actuelle de l'économie politique des données personnelles, est de rappeler la centralité des choix humains dans l'actualisation des infrastructures

sociotechniques. Il apparaît alors que les intérêts matériels et idéologiques des entreprises et institutions influencent en leur faveur la conception des couches logicielle et informationnelle et que ces dernières, à leur tour, modulent les relations sociotechniques des masses d'utilisateurs. Ce processus itératif met en exergue les rapports politiques des interfaces et des dynamiques de transparence, en dépit des apparences parfois neutres ou naturelles des plateformes sociotechniques contemporaines.

Bibliographie

- ACXIOM (2017). *Marketing Analytics Environment*, <<http://www.acxiom.com/marketing-analytics-environment/>>, consulté le 15 août 2017.
- ALBRECHTSLUND, A. (2008). «Online social networking as participatory surveillance», *First Monday*, vol. 3, n° 13, <<http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/2142/1949>>, consulté le 15 août 2017.
- AMERICAN CIVIL LIBERTIES UNION - ACLU (2004). *The Surveillance-Industrial Complex*, <https://www.aclu.org/files/FilesPDFs/surveillance_report.pdf>, consulté le 15 août 2017.
- AMOORE, L. et M. DE GOEDE (2005). «Governance, risk and dataveillance in the war on terror», *Crime, Law and Social Change*, vol. 43, n° 2-3, p. 149-173.
- ANDREJEVIC, M. (2005). «The work of watching one another: Lateral surveillance, risk and governance», *Surveillance & Society*, vol. 4, n° 2, p. 479-497.
- ARQUILLA, J. (1994). «The strategic implications of information dominance», *Strategic Review*, vol. 22, n° 3, p. 24-30.
- ARQUILLA, J. et D. RONFELDT (1999). *The Emergence of Noopolitik: Toward an American Information Strategy*, Santa Monica, RAND Corporation, <<http://www.jstor.org/stable/10.7249/mr1033osd>>, consulté le 15 août 2017.
- BALL, J., J. BORGER et G. GREENWALD (2013). «Revealed: How US and UK spy agencies defeat Internet privacy and security», *The Guardian*,

<<https://www.theguardian.com/world/2013/sep/05/nsa-gchq-encryption-codes-security>>, consulté le 15 août 2017.

BALL, K. et L. SNIDER (dir.) (2013). *The Surveillance-Industrial Complex: A Political Economy of Surveillance*, Londres, Routledge.

BANZAL, S. (2007). *Data and Computer Network Communication*, New Delhi, Firewall Media.

BEER, D. (2009). «Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious», *New Media & Society*, vol. 11, n° 6, p. 985-1002.

BERKI, E. et M. JAKALA (2009). «Cyber-identities and social life in cyberspace», dans S. Dasgupta (dir.), *Social Computing: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, Hershey, Idea Group Inc., p. 92-104.

BODEAU, D. et R. GRAUBART (2013). *Characterizing Effects on the Cyber Adversary*, Bedford, The Mitre Corporation.

BORGER, J. (2013). «NSA files: What's a little spying between old friends», *The Guardian*, <<https://www.theguardian.com/world/2013/dec/02/nsa-files-spying-allies-enemies-five-eyes-g8>>, consulté le 15 août 2017.

BROMLEY, H. et M. APPLE (1998). *Education/Technology/Power: Educational Computing as a Social Practice*, New York, SUNY Press.

CERTEAU, M. DE (1990). *L'invention du quotidien: arts de faire*, Paris, Gallimard.

CITTON, Y. (2006). «Noo-politique spinoziste?», *Multitudes*, vol. 4, n° 27, p. 203-216.

COUTANT, A. (2011). «Des techniques de soi ambivalentes», *Hermès, la Revue*, n° 59, p. 53-58.

DEFENSE CONVERSION COMMISSION (1992). *Adjusting to the Drawdown: Report of the Defense Conversion Commission*, Defense Industries.

DODGE, M. et R. KITCHIN (2003). *Mapping Cyberspace*, Londres, Routledge.

DRAHOS, P. et J. BRAITHWAITE (2003). *Information Feudalism: Who Owns the Knowledge Economy?*, New York, New Press.

DUPONT, B. (2008). «Hacking the panopticon: Distributed online surveillance and resistance», *Sociology of Crime Law and Deviance*, vol. 10, p. 259-280.

- FARRELL, J. et P. KLEMPERER (2007). «Coordination and lock-in: Competition with switching costs and network effects», dans M. Armstrong et R. Porter (dir.), *Handbook of Industrial Organization*, Londres, Elsevier, vol. 3, p. 3-31.
- FOSTER, T. (1999). «The rhetoric of cyberspace: Ideology or utopia?», *Contemporary Literature*, vol. 40, n° 1, p. 144-160.
- FOUCAULT, M. (1977). *Discipline and Punish*, New York, Knopf Publishing Group.
- FOUCAULT, M. (2001). *Dits et écrits. Tome 2:1976-1988*, Paris, Gallimard.
- FOUCAULT, M. (2014). *Histoire de la sexualité III - Le souci de soi*, Paris, Gallimard.
- FUCHS, C. (2012). «The political economy of privacy on Facebook», *Television & New Media*, vol. 13, n° 2, p. 139-159.
- FUCHS, C. (2015). *Marx and the Political Economy of the Media*, Lrlden, Brill.
- GANDY, O. (1993). *The Panoptic Sort: A Political Economy of Personal Information*, Boulder, Westview Press.
- GEHL, R. (2013). «What's on your mind? Social media monopolies and noopower», *First Monday*, vol. 18, n° 3, <<http://firstmonday.org/article/view/4618/3421>>, consulté le 15 août 2017.
- GEHL, R. (2015). «Knowledge management systems and remote control: Noopower and the contemporary transnational corporation», dans R. MacDougall (dir.), *Communication and Control*, Lanham, Lexington Books, p. 117-132.
- GELLMAN, B. et A. SOLTANI (2013). «NSA infiltrates links to Yahoo, Google data centers worldwide, Snowden documents say», *The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/world/national-security/nsa-infiltrates-links-to-yahoo-google-data-centers-worldwide-snowden-documents-say/2013/10/30/e51d661e-4166-11e3-8b74-d89d714ca4dd_story.html?utm_term=.2ba7dd8b76db>, consulté le 15 août 2017.
- GOLDSMITH, J. et T. Wu (2006). *Who Controls the Internet? Illusions of a Borderless World*, Oxford, Oxford University Press.
- GREENWALD, G. (2014a). «Glenn Greenwald: How the NSA tampers with US-made internet routers», *The Guardian*, <<https://www.theguardian.com/books/2014/may/12/glenn-greenwald-nsa-tampers-us-internet-routers-snowden>>, consulté le 15 août 2017.

- GREENWALD, G. (2014b). «How covert agents infiltrate the Internet to manipulate, deceive, and destroy reputations», *The Intercept*, <<https://theintercept.com/2014/02/24/jtrig-manipulation/>>, consulté le 15 août 2017.
- GREENWALD, G. et E. MACASKILL (2013). «NSA Prism program taps in to user data of Apple, Google and others», *The Guardian*, <<https://www.theguardian.com/world/2013/jun/06/us-tech-giants-nsa-data>>, consulté le 15 août 2017.
- HAGGERTY, K. et R. ERICSON (2000). «The surveillant assemblage», *British Journal of Sociology*, vol. 51, n° 4, p. 605-622.
- HARRIS, S. (2014). *@War: The Rise of the Military-Internet Complex*, Boston, Houghton Mifflin Harcourt.
- HAYES, B. (2012). «The surveillance-industrial complex», dans K. Ball, K. Haggerty et D. Lyon (dir.), *Routledge Handbook of Surveillance Studies*, Londres, Routledge, p. 167-175.
- HOPKINS, N. (2013). «From Turing to Snowden: How US-UK pact forged modern surveillance», *The Guardian*, <<https://www.theguardian.com/world/2013/dec/02/turing-snowden-transatlantic-pact-modern-surveillance>>, consulté le 15 août 2017.
- IGNATOW, G. (2012). «Information capitalism», dans G. Ritzer (dir.), *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization*, New York, John Wiley & Sons, Inc.
- JEAN LEE, H. (2009). *The Screen as Boundary Object in the Realm of Imagination*, Thèse de doctorat, Atlanta, Georgia Institute of Technology.
- JURGENSON, G.R.N. (2010). «Production, consumption, presumption», *Journal of Consumer Culture*, vol. 10, n° 1, p. 13-36.
- KYONG CHUN, W.H. (2006). *Control and Freedom: Power and Paranoia in the Age of Fiber Optics*, Boston, The MIT Press.
- LAFRANCE, A. (2016). «The Internet's favorite website», *The Atlantic*, <<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/05/people-love-wikipedia/482268/>>, consulté le 15 août 2017.
- LANIER, J. (2013). *Who Owns the Future?*, Toronto, Simon & Chuster.
- LAZZARATO, M. (2004). *Les révolutions du capitalisme*, Paris, Seuil.

- LENZNER, R. (2013). *ATT, Verizon, Sprint Are Paid Cash by NSA For Your Private Communications*, *Forbes*,
<<http://www.forbes.com/sites/robertlenzner/2013/09/23/attverizonsprint-are-paid-cash-by-nsa-for-your-private-communications/#3a966f11f15c>>, consulté le 15 août 2017.
- LESSIG, L. (2000). «Code is law – On liberty in cyberspace», *Harvard Magazine*,
<<http://www.harvardmagazine.com/2000/01/code-is-law-html>>, consulté le 15 août 2017.
- LEYSHON, A. et N. THRIFT (1999). «Lists come alive: Electronic systems of knowledge and the rise of credit-scoring in retail banking», *Economy and Society*, vol. 28, n° 3, p. 434-466.
- LICHTBLAU, E. (2009). *Bush's Law: The Remaking of American Justice*, New York, Knopf Doubleday Publishing Group.
- LYON, D. (1998). «The World Wide Web of surveillance: The Internet and off-world power-flows», *Information, Communication & Society*, vol. 1, n° 1, p. 91-105.
- LYON, D. (2001). *Surveillance Society: Monitoring Everyday Life*, New York, McGraw-Hill Education.
- LYON, D. (2003). *Surveillance as Social Sorting – Privacy, Risk, and Digital Discrimination*, Londres, Routledge.
- LYON, D. (2008). «Biometrics, identification and surveillance», *Bioethics*, vol. 22, n° 9, p. 499-508.
- LYON, D. (2014). «Surveillance, Snowden, and big data: Capacities, consequences, critique», *Big Data & Society*, vol. 1, n° 2, p. 1-13.
- MACASKILL, E. *et al.* (2013). «GCHQ taps fibre-optic cables for secret access to world's communications», *The Guardian*,
<<https://www.theguardian.com/uk/2013/jun/21/gchq-cables-secret-world-communications-nsa>>, consulté le 15 août 2017.
- MAGNIN, A. (2016). «Network effects and the new physics of digital media», *Observer*, <<http://observer.com/2016/05/network-effects-and-the-new-physics-of-digital-media/>>, consulté le 15 août 2017.
- MANN, S., J. NOLAN et B. WELLMAN (2003). «Sousveillance: Inventing and using wearable computing devices for data collection in surveillance environments», *Surveillance & Society*, vol. 3, n° 1, p. 331-355.

- MARWICK, A. (2012). «The public domain: Social surveillance in everyday life», *Surveillance & Society*, vol. 4, n° 9, p. 378-393.
- MARX, G. (2002). «What's new about the "new surveillance"? Classifying for change and continuity», *Surveillance & Society*, vol. 1, n° 1, p. 9-29.
- MEINRATH, S., J. LOSEY et V. PICKARD (2011). «Digital feudalism: Enclosures and erasures from digital rights management to the digital divide», *Journal of Communications Law and Technology Policy*, vol. 19, n° 2, p. 423-479.
- MORRIS, J. et E. LAVANDERA (2012). «Why big companies buy, sell your data», *CNN*, <<http://www.cnn.com/2012/08/23/tech/web/big-data-acxiom/>>, consulté le 15 août 2017.
- NARAYANAN, A. (2013). *Digital Feudalism is Upon Us: How Do We Respond?*, The Center for Internet and Society, <<http://cyberlaw.stanford.edu/events/digital-feudalism-upon-us-how-do-we-respond>>, consulté le 15 août 2017.
- NEUMAYER, C. et G. STALD (2014). «The mobile phone in street protest: Texting, tweeting, tracking, and tracing», *Mobile Media & Communication*, vol. 2, n° 2, p. 117-133.
- O'NEIL, M. et O. FRAYSSÉ (2015). *Digital Labour and Prosumer Capitalism – The US Matrix*, New York, Palgrave MacMillan.
- OWEN, T. (2015). *Disruptive Power: The Crisis of the State in the Digital Age*, Oxford, Oxford University Press.
- PENGELLY, M. (2015). «AT&T's "extraordinary, decades-long" relationship with NSA – Report», *The Guardian*, <<https://www.theguardian.com/us-news/2015/aug/15/att-nsa-internet-surveillance-new-york-times-propublica>>, consulté le 15 août 2017.
- POSTER, M. (1990). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*, Chicago, University of Chicago Press.
- RIGAUX, F. (2007). «De la noosphère à la noopolitique. La mise en réseau du savoir et du pouvoir», dans P. Martens, *L'humanisme dans la résolution des conflits. Utopie ou réalité*, Bruxelles, Larcier, p. 967-982.
- ROBERTS, J.M. (2016). «Co-creative prosumer labor, financial knowledge capitalism, and Marxist value theory», *The Information Society*, vol. 32, n° 1, p. 28-39.

- ROSZAK, T. (1986). *The Cult of Information: The Folklore of Computers and the True Art of Thinking*, New York, Pantheon Book.
- RULE, J. (2007). «Social control and modern social structure», dans S. Hier et J. Greenberg (dir.), *The Surveillance Studies Reader*, McGraw Hill, p. 19-27.
- SADIN, E. (2015). *La vie algorithmique - Critique de la raison numérique*, Paris, L'Échappée.
- SCHNEIER, B. (2015a). *Data and Goliath*, New York, W.W. Norton & Company.
- SCHNEIER, B. (2015b). «How we sold our souls - and more - to the internet giants», *The Guardian*, <<https://www.theguardian.com/technology/2015/may/17/sold-our-souls-and-more-to-internet-giants-privacy-surveillance-bruce-schneier>>, consulté le 15 août 2017.
- SCOTT, C.J. (1999). *Seeing Like A State: How Certain Schemes to Improve the Human Condition Have Failed*, Yale, Yale University Press.
- SÉNAT DU CANADA (2007). *Délibérations du Comité sénatorial permanent de la Sécurité nationale et de la défense*, Parlement du Canada, <<https://sencanada.ca/fr/Content/Sen/committee/391/defe/15evb-f>>, consulté le 15 août 2017.
- SEVIGNANI, S. (2015). *Privacy and Capitalism in the Age of Social Media*, Londres, Routledge.
- SINGER, N. (2012). «Mapping, and sharing, the consumer genome», *The New York Times*, <<http://www.nytimes.com/2012/06/17/technology/acxiom-the-quiet-giant-of-consumer-database-marketing.html>>, consulté le 15 août 2017.
- SMITH, M. et P. KOLLOCK (1999). *Communities in Cyberspace*, Londres, Routledge.
- STEEL, E. (2015). «Acxiom to create “master profiles” tying offline and online data», *Financial Times*, <<https://www.ft.com/content/151d940e-2431-11e3-8905-00144feab7de>>, consulté le 15 août 2017.
- STOWSKY, J. (1997). «The dual-use dilemma», *Issues in Science and Technology*, vol. 13, n° 2, <<http://issues.org/13-2/stowsky>>, consulté le 15 août 2017.
- THE ECONOMIST (2014). *Internet Monopolies - Everybody Wants to Rule the World*, <<http://www.economist.com/news/briefing/21635077-online-businesses-can-grow-very-large-very-fast-it-what-makes-them-exciting-does-it-also-make>>, consulté le 15 août 2017.

- THE ECONOMIST (2017). *Silicon Valley's Criticism of Donald Trump*, <<https://www.economist.com/news/business/21716020-tech-firms-are-last-departing-their-see-no-evil-stance-society-and-politics>>, consulté le 15 septembre 2017.
- TILLINAC, J. (2006). «Le web 2.0 ou l'avènement du client ouvrier», *Quaderni*, vol. 60, n° 1, p. 19-24.
- TRÉPANT, H. et al. (2014). *Achieving Information Superiority: Five Imperatives for Military Transformation*, Strategy&, <https://www.strategyand.pwc.com/media/file/Strategyand_Achieving-information-superiority.pdf>, consulté le 15 août 2017.
- VAN DIJCK, J. (2012). «Facebook as a tool for producing sociality and connectivity», *Television & New Media*, vol. 13, n° 2, p. 160-176.
- VAZ, P. et F. BRUNO (2003). «Types of self-surveillance: From abnormality to individuals "at risk"», *Surveillance Studies*, vol. 3, n° 1, p. 272-291.
- WHITE, R. (2014). «Foucault on the care of the self as an ethical project and a spiritual goal», *Human Studies*, vol. 37, n° 4, p. 489-504.
- WIENER, N. (1948). *Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*, Boston, MIT Press.
- WILHELM, A. (2000). *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*, New York, Routledge.
- WILSON, D.J. et T. SERISIER (2010). «Video activism and the ambiguities of counter-surveillance», *Surveillance & Society*, vol. 8, n° 2, p. 166-180.
- YEN, A.C. (2002). «Western frontier or feudal society: Metaphors and perceptions of cyberspace», *Berkeley Technology Law Journal*, vol. 17, n° 4, p. 1207-1263.
- ZAVALA PÉREZ, M. (2011). «Registry culture and networked sociability: Building individual identity through information records», dans F. Comunello, *Networked Sociability and Individualism: Technology for Personal and Professional Relationships*, IGI Global, p. 41-62.

1 En particulier sur le plan des effets de son régime de temps et d'espace et de son rapport à la conservation de l'information.

2 Le choix exclusif de la NSA et du GCHQ est fait en fonction de leur coopération profonde ainsi que de leur prédominance technique.

- 3 Actions et processus politiques visant à contrôler, orienter et canaliser les pensées, communications et désirs d'une population.
- 4 Traduction personnelle de «*leaky containers*».
- 5 Par exemple, la distance, le temps, la noirceur, etc.
- 6 Par exemple, les murs, les enveloppes scellées, etc.
- 7 Les techniques de soi permettent aux individus d'«effectuer, seul ou à l'aide d'autres, un certain nombre d'opérations sur leur corps et leur âme, leurs pensées, leurs conduites, leur mode d'être; de se transformer afin d'atteindre un certain état» (Foucault, 2001, p. 1604).
- 8 Par exemple, les agrégateurs d'évaluations personnelles Metacritic, Trustpilot et Glassdoor.
- 9 Toute information disponible sur Internet est accessible à partir de n'importe quel autre point d'accès.
- 10 Un ensemble de technologies numériques distinctes peuvent avoir accès à Internet.
- 11 Le phénomène par lequel la valeur d'une technique ou d'un service croît avec son nombre d'utilisateurs.
- 12 Google et Facebook constituent des exemples phares.
- 13 Par exemple, c'est le cas des miniportables Chromebook vendus par Google: le système d'opération, les services installés et les programmes intégrés appartiennent tous à Google.
- 14 Traduction personnelle de «*data double*». L'expression renvoie à un sosie physique (*body double*) utilisé pour incarner quelqu'un d'autre.
- 15 Groupe issu de la relation spéciale en matière de renseignement entre les États-Unis avec le Royaume-Uni depuis la Seconde Guerre mondiale (Hopkins, 2013).
- 16 Traduction personnelle de «*information dominance*».
- 17 Les identifiants incluent les adresses courriel, les numéros de téléphone, les adresses de protocole Internet, etc.
- 18 Traduction personnelle de «*home-field advantage*».
- 19 Néologisme dérivé du grec *noûs*, qui réfère à l'esprit, l'intellect et la raison.
- 20 Technologies qui combinent les télécommunications à l'informatique, comme les «téléphones intelligents».

[21](#) Par exemple, la page Facebook d'Al Gore et le compte Twitter du président des États-Unis Donald Trump peuvent être vus comme exerçant respectivement une influence noopolitique environnementaliste et conservatrice.

[22](#) Fonctionnalités centrales des médias sociaux Facebook, Twitter et YouTube.

CHAPITRE 10 /

Les affres du devenir «de la ville intelligente»

Vers une accentuation des limites du cyberspace?

Jérémy Diaz et Sandra Breux

L'expression *ville intelligente* (*smart city*) tend à jalonner de plus en plus l'avenir des municipalités, que ce soit en Europe, dans les Amériques ou en Asie (Yin *et al.*, 2015). Cette tendance se manifeste tant au sein des milieux de pratique – à travers notamment les divers classements internationaux, la création de comités de villes intelligentes, etc. – que dans les écrits scientifiques, où cette thématique abonde. Bien qu'aucune définition consensuelle de la ville intelligente n'existe, les nombreux écrits qui s'attellent à définir cette expression s'accordent pour dire que la ville intelligente est une ville régie par les données. Ces données sont accessibles par une multitude d'objets, de capteurs ou de senseurs, ce qu'on appelle plus communément l'Internet des objets (*Internet of Things* [IoT]). Ces objets interconnectés ou «intelligents» constituent un accès physique aux couches informationnelle et sociale du cyberspace, défini par Dupéré, au troisième chapitre de ce livre, comme «un espace d'information et d'échanges déterritorialisés, constitué d'une infrastructure matérielle installée sur le territoire physique – voire dans l'espace extra-atmosphérique – et qui fait l'objet de représentations imagées facilitant la compréhension de cet espace, mais qui en retour le structure».

Par cet accès physique au cyberspace, la ville intelligente devient le symbole de l'innovation sociale, de l'engagement civique, du cyberactivisme (*hacktivism*) et de la justice sociale, allant même jusqu'à incarner un véritable projet politique (March et Ribera-Fumaz, 2016). Certains vont même jusqu'à parler d'un «droit à la ville intelligente» (Wiig et Wyly, 2016). En d'autres termes, la ville intelligente permettrait de réaliser un pas de plus dans la vision du cyberspace comme

un puissant dissolvant symbolique, qui réunit les partisans de la liberté du marché et de la société civile dans l'anti-étatisme, les libéraux et les libertaires (lib-lib), réalisant ainsi l'égalité de tous les membres du cyberspace et des internautes branchés, unis dans la fraternité des communautés virtuelles du Web 2.0 (Musso, 2010, p. 83).

La ville intelligente deviendrait donc la concrétisation des changements sociaux et politiques dus à la popularisation du cyberspace.

D'un point de vue théorique, de telles promesses soulèvent des questions. En effet, comme le souligne Lemos (2003), le capital technique – c'est-à-dire le développement des techniques¹ dans l'espace urbain – ne saurait à lui seul réaliser les promesses d'un tel projet politique. Ainsi, dans quelle mesure la ville intelligente parvient-elle à dépasser cette «vision technicienne»? Certaines réflexions sur le cyberspace vont dans le même sens, en soulignant que l'humain est souvent le grand impensé de ce «réseau des réseaux», alors même qu'il «“fait”, “est”, “subit” le phénomène cyber et le cyberspace» (Loiseau, 2016, p. 255 et 261). Les changements sociaux induits par la cybernétisation de notre environnement, comme l'affirme Loiseau dans le deuxième chapitre de ce livre, nous font nous questionner sur les relations qu'entretiennent les

individus avec le développement des «nouvelles technologies» et la nature des idéologies qui sous-tendent de telles relations. En ce sens, dans quelle mesure la ville intelligente intervient-elle dans cette relation?

D'un point de vue pratique, il n'existe pas encore de réel bilan des expériences de villes intelligentes. Cela résulte, d'une part, de la jeunesse des expériences et de la difficulté, d'autre part, à différencier ce qui est «intelligent» de ce qui ne l'est pas (Angelidou, 2015). Néanmoins, certaines expériences, avec leurs ratés ou leurs évolutions, témoignent de positions idéologiques fortes, qu'elles soient techniciennes ou politiques (March et Ribera-Fumaz, 2016), et semblent défier les promesses d'engagement civique ou de justice sociale promues autant par la ville intelligente que par le cyberspace. La ville intelligente ne participe-t-elle pas, en raison de la place qu'elle accorde aux entreprises privées, à la privatisation de l'espace public, voire à la «financiarisation de la fabrique urbaine» (Baraud-Serfaty, 2011)? Ne s'y dessine-t-il pas en filigrane une forme d'aseptisation de l'espace public, creusant ainsi une des faiblesses du cyberspace?

L'objectif de notre propos est de comprendre les dynamiques politiques engendrées dans l'espace urbain par l'émergence de la ville intelligente, définie comme un accès physique au cyberspace. Notre propos – d'abord et avant tout théorique – se basera sur deux mandats de recherche réalisés pour la Ville de Repentigny (Québec, Canada) et visant, d'une part, à documenter les forces et limites de la ville intelligente et, d'autre part, à repérer un ensemble d'expériences internationales inspirantes. Nous reviendrons dans un premier temps sur les définitions, promesses et limites de la ville intelligente et du cyberspace, soulignant – entre autres choses – les similitudes entre ces deux notions. Dans un deuxième temps, nous détaillerons la place qu'occupe l'humain et, plus précisément, le citoyen –

en tant qu'acteur politique - au sein de ces deux manifestations technologiques. Puis, dans un troisième temps, nous montrerons dans quelle mesure la ville intelligente contribue à accentuer les limites du cyberspace, ouvrant la porte à une forme de dépolitisation de l'espace public.

10.1 / La ville intelligente et le cyberspace: origine, forces et limites

Cette première section pose la question des origines et de la transposition des valeurs issues de la cyberculture aux projets de ville intelligente. Elle met en lumière une culture commune aux deux concepts avant de mettre en perspective l'optimisme des acteurs impliqués dans la ville intelligente.

10.1.1 / Des origines communes...

Les écrits sur la ville intelligente et sur le cyberspace partagent plusieurs points communs. Premièrement, ils font tous référence à la notion de «cybernétique». Popularisé par Norbert Wiener en 1948, le projet transdisciplinaire de la cybernétique s'articulait autour du concept de «boucle de rétroaction». Selon cette perspective, tout système complexe peut maintenir son fonctionnement en ajustant automatiquement ses entrées à l'aide de capteurs qui participent au retour de l'information par le processus de rétroaction. Ce projet a eu deux conséquences principales. D'une part, le

préfixe «cyber» [a émergé] dans la société en fonction de l'augmentation générale des interconnexions entre l'infrastructure (Internet) et l'infostructure (le cyberspace) à travers l'être

humain depuis les premiers déploiements du réseau Internet accessible au grand public dans la décennie 1980 aux États-Unis (Loiseau, 2016, p. 254).

D'autre part, au même moment, l'idée d'une ville intelligente est apparue, en lien avec la naissance du nouvel urbanisme (Ouellet, 2006) et du concept de «*technology-based intelligent city*» (Söderström, Paasche et Klauser, 2014, p. 11). Si les premières applications ont échoué à modéliser la complexité de la ville et la vie de ses citoyens par manque de données et de solutions théoriques solides (Goodspeed, 2015), le projet renaît au début des années 2000 aux États-Unis grâce à l'exponentiel développement des algorithmes. Ceux-ci faciliteraient la hiérarchisation des informations récoltées sur la probabilité de survenance d'un événement et la prise de décision (Hall, 2000). Plus qu'une innovation, l'analyse prédictive appliquée à une multitude d'aspects de nos vies constitue un bouleversement sociopolitique profond (Vion-Dury, 2016).

Deuxièmement, tant le cyberspace que la ville intelligente disposent d'une multitude de définitions, ce qui met en évidence l'absence de consensus dans les écrits sur ce que sont ou ne sont pas les phénomènes en question, malgré la présence d'un certain nombre de points communs. L'absence de consensus se reflète également au sein des nombreuses appellations utilisées pour décrire ces phénomènes. Du côté du cyberspace, les diverses acceptions tiennent aux différentes métaphores utilisées pour tenter de cerner avec précision le phénomène, et plus particulièrement celles de territoire ou d'espace (Yen, 2002). Les débats que suscitent les concepts de «territoire» ou d'«espace» au sein même de la géographie ont exposé la notion de «cyberspace» aux mêmes discussions. Lemos (2003, p. 75) résume toutefois clairement cette idée de concevoir le cyberspace comme un territoire:

[L]e cyberspace n'est pas un territoire «virtuel» ou imaginaire, mais il constitue une augmentation et une extension numérique du territoire, un espace d'actions et de rencontres. Toutefois, sa logique est toute différente de celle de la territorialité: c'est un espace d'où la distance physique est absente, un espace à «ubiquité logique absolue». Les distances y sont sociales, logiques ou culturelles. C'est un espace d'actions, de simulations et d'échanges, car s'y confrontent des images, des cultures et des représentations [...] Cet espace est dynamique: il se fait, se défait et se refait en continu. Nous le construisons collectivement en permanence, mais nous ne savons pas encore le représenter et, encore moins, l'habiter.

Néanmoins, les définitions, en tant que telles, semblent s'accorder sur le fait que «*[i]n its most common current usage, cyberspace refers to the Internet and the World Wide Web, or to any similar shared, interactive, computer-mediated environment*²» (Kendall, 2002, p. 112).

Du côté de la ville intelligente, outre le présupposé commun de la présence de données, les écrits divergent quant à l'acception à donner à ce terme. Nombreuses sont d'ailleurs les dénominations existantes: la décennie actuelle a vu défiler au moins une dizaine de termes au succès plus ou moins long (Mair, Moonen et Clark, 2014, p. 14) pour tenter de caractériser cette ville du futur. La difficulté d'obtenir une définition consensuelle tient au fait que certains domaines, pourtant dits «intelligents», n'ont pas forcément besoin de recourir aux «nouvelles technologies» pour l'être ou le devenir. En d'autres termes, la ville intelligente est l'association de domaines dits *hard* en lien avec la technologie, et de domaines dits *soft*, c'est-à-dire centrés sur l'humain (Albino, Berardi et Dangelico, 2015).

Par ailleurs, une revue rapide des écrits sur ce sujet montre que la ville intelligente tend à s'organiser autour de sept domaines particuliers: 1) technologie et données; 2) économie; 3) population; 4) transport et mobilité; 5) qualité de vie et environnement; 6) destination touristique; 7) gouvernance (Breux et Diaz, 2016). Par ailleurs, ces domaines particuliers orientent considérablement le devenir des villes. Ainsi, le cyberspace et la ville intelligente se rapprochent-ils en raison de leur dimension englobante et de leur interopérabilité – autant d'éléments qui rendent difficiles la compréhension et la délimitation de ces deux phénomènes? Plus encore, ces deux phénomènes portent en eux les germes de plusieurs utopies.

10.1.2 / ... **aux nombreuses promesses**

Un autre point commun entre le cyberspace et la ville intelligente réside dans les promesses que ces deux concepts portent en eux au regard des relations entre l'humain et les «nouvelles technologies». Ces promesses sont d'abord et avant tout d'ordre politique, car elles projettent une certaine vision du vivre-ensemble en donnant une place primordiale à une forme de sociabilité censée souder les individus.

Au fur et à mesure que la richesse et la puissance de la Silicon Valley se sont renforcées, les entreprises de haute technologie ont porté un projet politique qui allait façonner la société numérique. Au cœur de ce projet se trouve une réinterprétation numérique de l'idée moderne suivante: le perfectionnement technique est à l'origine de tout changement social. Par exemple, l'avènement des ordinateurs personnels promettait d'autonomiser les individus en les émancipant du pouvoir de la grande entreprise et de l'emprise des gouvernements (Turner, 2012). Or ce discours technoscientifique sur la libération de l'individu par le seul progrès technique n'est pas nouveau

dans l'histoire de l'incidence des techniques sur les sociétés (Ellul, 2010). Il perdure aujourd'hui en conquérant de nouvelles frontières à mesure que les technologies de l'information et des communications ont envahi tous les pans de notre environnement. De la même façon, l'utopie numérique – confinée dans les premiers temps à la culture Internet – s'est généralisée à tous les aspects de notre existence. L'ensemble cohérent, mais contradictoire, des idées et des doctrines philosophiques du projet politique de la Silicon Valley a été remarquablement analysé par Barbrook et Cameron (1996). Selon ces auteurs, l'idéologie californienne résulte d'un syncrétisme entre le libéralisme social de la nouvelle gauche et le libéralisme économique de la nouvelle droite qui aurait convergé vers une forme de déterminisme technologique. Ainsi, la «classe virtuelle» de la Silicon Valley combine le «*freewheeling spirit of the hippies and the entrepreneurial zeal of the yuppies*³» (Barbrook et Cameron, 1996, p. 45). Fortement influencée par les théories de McLuhan (2015), qui estimait que la convergence des médias, de l'informatique et des télécommunications ouvrait la possibilité d'une «agora électronique» virtuelle dans laquelle tous pourraient s'exprimer librement, cette classe virtuelle propage un discours dont les valeurs optimistes défendent la capacité du progrès technique à permettre l'*empowerment*⁴ de l'individu au sein de sa communauté.

Ainsi, le cyberspace porte en lui cette vision libertaire de l'individu et la promesse de la dissolution des institutions et de l'État: «[L]e réseau serait “par essence” antihierarchique et deviendrait synonyme d'auto-organisation et d'égalité» (Musso, 2010, p. 83). Dans son article sur la cyberculture, Lemos (2003, p. 127) résume la vision du débat public des tenants de l'utopie numérique: «[L]es citoyens pourraient mettre leurs problèmes en commun, motivant la discussion, la prise collective des positions politiques, culturelles et

sociales». Cette vision de la société a nourri le mouvement cyberactiviste: «*“Hacktivism”, as it is called, draws on the creative use of computer technology for the purposes of facilitating online protests, performing civil disobedience in cyberspace and disrupting the flow of information by deliberately intervening in the networks of global capital*⁵» (Gunkel, 2005, p. 595). Et, à son tour, l'éthique cyberactiviste a nourri le mouvement *peer progressive*, qui incarne l'idée de réseaux de pairs engagés. Johnson (2013) écrit que, dorénavant, lorsqu'un besoin surgit et qu'il n'est pas comblé, le premier geste devra être de constituer un réseau de pairs pour résoudre le problème. En d'autres termes, le cyberspace promet au citoyen de devenir le «créateur de l'information» (Lémos, 2003) au sein d'un réseau de communautés interconnectées.

De la même façon, le double postulat qui réside derrière tout projet de ville intelligente a été alimenté par ce projet politique. D'une part, les «nouvelles technologies» seraient la réponse à tous les maux actuels de la société urbaine contemporaine: l'urbanisation croissante, les changements climatiques, la compétitivité des villes entre elles ainsi que le manque de deniers publics... La ville intelligente s'affiche comme une ville durable. L'avènement des technologies numériques ouvre, en effet, de multiples possibilités, permettant d'atteindre des objectifs environnementaux jusque-là encore limités (Felli, 2015). D'autre part, la technologie constituerait une garantie d'ordre et de rationalité, c'est-à-dire un gage d'efficacité dans le fonctionnement de la ville (Meijer et Thaens, 2016). Cette combinaison entre les techniques nouvellement développées et l'humain permettra, en fin de compte, à l'humain d'être plus «intelligent», dans le sens où il sera à même d'adopter en connaissance de cause (grâce aux données) des comportements plus adéquats. Par

conséquent, la ville intelligente assurerait une qualité de vie certaine et une vie démocratique renforcée.

La croyance de la puissance des réseaux du cyberspace subsiste dans la vision intelligente d'une ville. Influencées par les théories de Chesbrough (2003), les stratégies de ville intelligente mettent en œuvre, dans le secteur public, les outils et les méthodes de gestion entrepreneuriale issue de l'innovation ouverte. Ces préceptes estiment que les organisations traditionnelles des entreprises sont devenues trop lourdes et trop lentes pour réagir aux innovations rapides de l'économie numérique. Le principe de l'innovation ouverte consiste à «connecter les entreprises à leur environnement pour s'approvisionner en idées, inventions, processus, équipes et aussi validations de marché» (Ezratty, 2014). Dans la pratique, ces connexions peuvent prendre la forme de partenariats avec des entreprises ou des laboratoires de recherche, de soutien à des projets de code ouvert (*open source*), d'acquisitions de *start-ups* ou de créations de plateformes collaboratives. Une même logique gouverne le modèle d'affaires de la ville intelligente (Paskaleva, 2011). Les autorités gouvernementales multiplient les initiatives pour engager les citoyens dans les processus de création de solutions innovantes, d'évaluation de l'effet des technologies et de leur diffusion. Pour certains, la contribution de l'humain est essentielle afin que la vision de la ville intelligente n'échoue pas (Veeckman et Van Der Graaf, 2015). La ville intelligente fait du résident un producteur de données, qui participe à la cocréation de l'espace public urbain. Il s'agit alors d'utiliser les moyens d'information et de télécommunication pour promouvoir un modèle centré et porté par l'individu en faveur de l'innovation sociale, de la justice sociale, de l'engagement civique et du cyberactivisme, ainsi que la gouvernance transparente et responsable (Kitchin, 2015; Townsend, 2013). Dans cette vision, la ville intelligente est

celle qui favorise une société intelligente (Kitchin, 2016) en assurant l'égalité des chances, en permettant une appropriation collective des bénéfices des «nouvelles technologies», en protégeant les citoyens et en réduisant les inégalités.

En dépit de ces promesses des plus positives, l'examen attentif du projet et des premières réalisations nous amène à nous questionner sur la véritable place de l'humain dans la ville intelligente. En facilitant l'accès au cyberspace, la ville intelligente multiplie en fait les points névralgiques et défaillements du cyberspace tels que les bogues informatiques ou les failles techniques de sécurité.

10.2 / Des risques inédits et amplifiés

Cette section montre que la ville intelligente agit comme un double amplificateur du cyberspace. D'une part, elle étend la conception de l'humain dans le cyberspace à l'individu dans l'espace urbain; d'autre part, elle accroît les domaines d'application dans la vie urbaine des systèmes techniques développés dans et à partir du cyberspace.

10.2.1 / La place de l'humain: les limites conceptuelles

La ville intelligente et le cyberspace sont deux espaces dont le fonctionnement repose sur la technique numérique. Plus encore, nous avons montré qu'ils partagent une culture commune dont la technique numérique est le produit. Or si l'humain est le créateur de toute technique, quelle qu'elle soit, il reste une figure manquante dans la culture Internet. Selon Loiseau (2016), l'humain est le grand impensé du cyberspace. Il est perçu comme un «facteur humain», comme celui susceptible de commettre des erreurs. Or, comme le souligne Loiseau (2016, p. 255), le cyberspace

doit prendre en considération l'humain, car «c'est un acteur agissant dans le cyberspace, un acteur figurant du cyberspace et un acteur subissant les conséquences du cyberspace» ([tableaux 10.1](#) et [10.2](#)). Pour Loiseau, le cyberspace ne pense pas l'humain, en dépit d'une conception très anthropocentrique de celui-ci. Un tel cadre d'analyse est également absent des recherches sur la ville intelligente (ou du moins n'a pas été théorisé comme tel). La conceptualisation de Loiseau peut néanmoins très bien s'appliquer à la ville intelligente, d'autant que l'humain est également souvent oublié de ses définitions:

TABLEAU 10.1 / Le citoyen dans le cyberspace

Citoyen	Caractéristique	Exemple
	Agissant	Celui qui fait du cyberactivisme
	Figurant	Celui qui jouit du cyberspace, mais qui ne le contrôle pas
	Subissant	Celui qui fait les frais de la cybercriminalité

Source: Extrait de la typologie de Loiseau, 2016.

Au fait, qu'est-ce qu'une ville intelligente? L'expression désigne une agglomération qui emploie les technologies de l'information et de la communication pour améliorer ses services aux citoyens, réduire ses dépenses et, plus largement, mieux gérer ses ressources et ses infrastructures. L'internet des objets joue un rôle fondamental dans les milieux urbains de ce type. L'échange de données entre objets physiques et virtuels connectés forme en effet la pierre d'assise de la gestion intelligente dans ces villes «branchées» (Pednault, 2016, p. 14).

En regardant de plus près les publications liées à la ville intelligente, on observe que l'humain y est appréhendé de trois manières. Premièrement, l'individu est pensé à travers le concept de «capital humain». Ce concept d'«économie urbaine» considère que les connaissances et les compétences que l'individu porte en lui se traduiront par des hausses probables de la productivité et du revenu réel par habitant (Polèse, Shearmur et Terral, 2015). La ville intelligente est avant tout une *skilled city* (Glaeser *et al.*, 2004), soit une ville où s'agglomèrent des individus diplômés. Pour ce faire, la grande majorité des stratégies de ville intelligente implique le développement d'infrastructures techniques. En investissant, les villes espèrent attirer les nouveaux talents susceptibles de lier leur capacité d'innovation aux communautés locales et aux institutions pour ouvrir de nouveaux marchés. En ce sens, cette classe virtuelle, parfois nommée «*smart citizens*», participe à la production de solutions techniques privées ou publiques. Les stratégies de ville intelligente encouragent ces initiatives et participent à l'institutionnalisation de la pratique du cyber-activisme en organisant des événements et festivals qui célèbrent les valeurs des cyberactivistes dans des logiques entrepreneuriales.

Deuxièmement, les individus sont considérés comme des usagers, dont les informations recueillies sur les plateformes collaboratives aident au développement de nouveaux services qui doivent améliorer l'efficacité et la gestion des ressources urbaines. Cette conceptualisation flirte avec la notion ambiguë de «consomm'acteurs», c'est-à-dire une personne qui n'accepterait plus passivement les biens et les services qu'on lui propose. Le néologisme pour cerner cette nouvelle figure souhaite véhiculer l'idée que l'individu est à la fois le réceptacle, mais également le créateur d'informations, d'activités ou de biens. Cependant, tout système technique, comme celui des applications

numériques, impose sa propre logique, et celle-ci ne permet pas à l'utilisateur de sortir des limites qu'on lui impose. Ce dernier demeure un figurant de la scène qu'on veut bien jouer numériquement devant lui. Les modèles courants de plateformes collaboratives ont, en effet, surtout été développés par les entreprises comme des dispositifs de captation des idées (plateformes d'idéation) ou de prototypages (plateformes de bêta-tests) afin de concevoir de nouveaux produits qui intègrent les souhaits des clients (Gayoso, 2015). Or les pouvoirs publics ne sous-estiment-ils pas la structure technique d'une plateforme structurée pour répondre à des enjeux gestionnaires (rendre le management plus efficace) et marchands (connaître et maîtriser le marché)? En effet, si ces plateformes d'innovation impliquent l'usager dans de nouvelles formes de «coopération faible», elles ne permettent pas de transformer ou de renverser la logique établie et les limites qu'on lui impose.

Troisièmement, l'individu voit son statut de victime potentielle d'un acte de cybercriminalité se renforcer. À mesure que la ville intelligente accumule le nombre d'objets connectés, elle accroît logiquement la vulnérabilité des citoyens. Composées de milliers, voire de millions d'appareils interconnectés, les villes intelligentes verront se multiplier les incidents de sécurité, qui se répercuteront en cascade, puisque l'augmentation «de façon importante [de] la circulation de l'information et [des] liens entre les différents systèmes informatiques entraîne une amplification importante des cybermenaces» (Caudiu, 2016, p. 5). La structure des villes intelligentes est une aubaine pour les acteurs criminels capables de créer, d'acheter et de déployer des logiciels malveillants comme les rançongiciels, qui prennent en otage des données personnelles en échange d'une rançon, ou des attaques plus sophistiquées, au-delà des opérations d'espionnage traditionnel, comme la

destruction ou la perturbation à grande échelle d'infrastructures physiques de la ville par l'intermédiaire des systèmes informatiques. De plus, les personnes dont les outils numériques sont dépassés technologiquement ne peuvent bénéficier des dernières mises à jour en matière de sécurité et sont donc plus vulnérables aux cyberattaques et à la cybercriminalité, puisque la sécurité des systèmes informatiques requiert des réévaluations régulières.

TABLEAU 10.2 / **Le citoyen dans la ville intelligente**

Citoyen	Caractéristique	Exemple
	Agissant	Celui qui est entrepreneur-cyberactiviste; celui qui produit des solutions techniques
	Figurant	Celui qui est un usager; qui donne et crée des informations sans contrôle sur celles-ci
	Subissant	Celui qui est victime de cybercriminalité

Source: Adapté de Loiseau, 2016.

Ces limites conceptuelles ne sont certes pas sans importance, d'autant plus qu'elles se doublent très souvent de lacunes techniques, ce qui souligne l'imperfection des systèmes mis en place.

10.2.2 / **Les failles techniques: les limites pratiques**

L'actualité tend à nous montrer quasiment quotidiennement les limites du cyberspace. De même, des récits d'expériences de villes intelligentes, bien que moins nombreux, témoignent également de certaines faiblesses. La technologie comporte son lot de failles, susceptibles de mettre en péril les promesses des deux phénomènes à l'étude. Il convient en effet de souligner que la ville intelligente s'inscrit dans un contexte néolibéral, où les fonds publics tendent à manquer. Rappelons que la

popularité du terme tient beaucoup à la firme IBM, qui perçoit les villes comme un immense marché potentiel. Cette expression s'inscrit donc à la base dans une dynamique de vendeur et d'acheteur potentiel. Cela a d'ailleurs conduit à un certain nombre d'échecs dans la perspective où des solutions technologiques ont été vendues en l'absence de prise en compte du contexte et, par conséquent, en l'absence de besoins ou du moins de besoins mal ciblés au préalable (Angelidou, 2015).

L'échec de l'expérimentation d'un réseau électrique intelligent (*smart grid*) dans la ville de Boulder (Colorado, États-Unis) en dit long sur les conséquences de l'expérimentation ratée d'un produit intelligent. En 2007, le consortium Xcel Energy composé de huit entreprises lance le projet *Smart Grid City* en partenariat avec la Ville. Les résidences des volontaires ont alors été dotées de compteurs électriques et les participants ont eu accès à une plateforme Web pour connaître en temps réel leur consommation électrique domestique: «Alors que Xcel sera en mesure de gérer l'approvisionnement, de limiter les pannes et de repérer l'équipement défectueux, les propriétaires seront en mesure de comprendre quand et comment ils consomment de l'énergie» (Jaffe, 2012, traduction libre). Or le projet a été un échec et ne s'est pas déroulé comme prévu. Cet échec s'explique principalement par les coûts engendrés (trois fois plus que prévu initialement) et par l'absence de communication avec les citoyens (Jaffe, 2012). En réalité, la compagnie semble avoir annoncé plusieurs innovations qu'elle n'a pas été en mesure de fournir (comme le recours à l'énergie solaire). Le projet avec Xcel Energy a été abandonné en juin 2014 et depuis, la Ville met en place un plan de transition pour passer à la municipalisation de ce service.

À Montréal, les déboires de l'application Info-Neige, projet phare de la stratégie «Montréal, ville intelligente et

numérique (2014-2017)», illustrent les risques de l'implantation d'un service numérique ne fonctionnant pas ou du moins fonctionnant mal. Lancée en 2014, l'application devait renseigner les résidents de la ville sur l'avancement des opérations de ramassage de la neige, rue par rue. Lors des deux hivers qui ont suivi sa mise en place, l'application a toutefois connu de nombreux ratés dus à des erreurs humaines ou à des bogues informatiques (Normandin, 2014). En effet, certaines données présentes sur l'application ne reflétaient pas la réalité du déneigement. Le personnel municipal n'était pas suffisamment formé aux nouvelles procédures, et des difficultés de transmission de l'information vers le terminal ont été recensées. Ainsi, les automobilistes s'étant fiés à l'application ont fait les frais de ces ratés en payant des contraventions. Les défaillances du système ont amené l'administration publique à revoir ses investissements pour corriger les erreurs, alors que deux arrondissements réfractaires à l'implantation de l'application ont estimé que celle-ci «drain[ait] inutilement leurs minces ressources consacrées au déneigement» (Normandin, 2015). Ces failles peuvent causer d'importantes pertes économiques pour les citoyens ainsi que pour les administrations publiques.

Moins connus, des risques sanitaires provoqués par l'entrée des objets connectés dans l'espace domestique mettent en péril les bénéfices des solutions techniques apportées. Les innovations techniques ne révèlent pas toujours les problèmes qu'elles charrient. La Ville d'Issy-les-Moulineaux a lancé un projet semblable à celui de Boulder, IssyGrid, dont l'objectif était de créer un réseau de «quartiers intelligents» qui mutualise et redistribue la consommation et la production d'électricité aux résidents. Ainsi, plus de 1 000 logements, soit 2 200 personnes, ont été connectés grâce à des compteurs communicants. Selon les promoteurs privés du projet, les habitants reliés à

IssyGrid peuvent être informés de leur consommation électrique moyenne au fil de la journée et être informés quelques heures à l'avance du niveau de la production photovoltaïque disponible au sein du réseau communalisé d'IssyGrid. Ces informations leur donnent la faculté de choisir le meilleur moment pour décaler leur consommation d'électricité en fonction de l'énergie disponible. Plusieurs incertitudes cependant ont été soulevées quant à la dangerosité des ondes émises par les nouveaux compteurs Linky, classés «cancérigènes possibles» selon l'Organisation mondiale de la santé (Leloup et Van Eeckhout, 2016). Toutefois, selon l'Agence nationale des fréquences, leur rayonnement est «de 0,1 volt par mètre, soit 120 fois moins qu'un fer à repasser ou qu'un frigidaire, 800 fois moins qu'un grille-pain et 150 fois moins qu'une ampoule basse consommation» (Leloup et Van Eeckhout, 2016). En dépit du très faible rayonnement des compteurs, l'intégration croissante des objets connectés dans les espaces domestiques pose la question des effets de l'accumulation à venir des sources d'émissions électromagnétiques dans les infrastructures du domicile. Dans le cas d'IssyGrid, certaines associations défendant les personnes souffrant d'hypersensibilité aux ondes ont appelé à refuser l'installation des nouveaux compteurs. Elles craignent toutefois que ce refus fasse courir le risque aux citoyens de voir leur électricité coupée.

Ces échecs de la ville intelligente ont un point commun: ils révèlent l'importance de l'appropriation sociale des nouvelles techniques développées. Nous entendons ici le terme *appropriation* non seulement comme l'action d'adapter ces techniques à un usage déterminé, mais également comme l'action de faire siennes les connaissances que ces techniques nous permettent d'acquérir. Dans le même ordre d'idées, Sassen (2011) évoque la nécessité d'urbaniser les technologies par

l'ensemble des citoyens. L'auteure entend par là de laisser un degré d'incomplétude aux nouvelles technologies urbaines pour permettre aux citoyens de se les approprier et de les modifier selon leurs besoins changeants, afin d'éviter une inutilisation ou une obsolescence rapide de ces infrastructures. Bien sûr, si l'humain dans la ville intelligente est conceptualisé comme un créateur ou un collaborateur de système technique innovant lorsqu'il n'en subit pas les failles, il ne peut alors pas s'extraire des enjeux politiques que suppose la mise en œuvre d'une numérisation de la ville.

10.3 / Vers une dépolitisation de l'espace public

Dans la section suivante, nous définirons ces risques politiques à travers la triple vision de l'humain véhiculée par les projets de la ville intelligente. À la suite, nous montrerons que la ville intelligente participe, paradoxalement, à une dépolitisation de ces enjeux.

10.3.1 / Des risques politiques

En souhaitant la rendre intelligente, les acteurs locaux de la ville contribuent à de nouvelles logiques de production urbaine, qui participent à la conception du citoyen comme un usager-habitant. Selon Baraud-Serfaty (2011), la complexité des acteurs impliqués dans le renouvellement urbain a conduit à une fabrique partenariale de la ville. Conséquemment, l'administration locale, en intégrant de nouveaux acteurs privés des secteurs de l'énergie et de l'information, a assimilé les méthodes privées de gestion de projet menant à une nouvelle conception de l'action publique. En l'occurrence, «[i]l s'agit d'introduire des logiques de performance, de privilégier des objectifs de résultats plutôt que de moyens, et d'inciter à raisonner en

coût global» (Baraud-Serfaty, 2011, p. 152). Il n'est d'ailleurs pas étonnant que les dispositifs des acteurs privés du numérique, comme les plateformes participatives, aient été progressivement intégrés aux services publics. De nombreuses villes ont d'ailleurs appliqué les logiques de cocréation des plateformes issues du mouvement du logiciel libre et du Web 2.0. La stratégie est simple: faire fabriquer la ville par l'individu.

Ce rôle désormais central de l'utilisateur-habitant correspond au modèle d'une ville «à la carte», dont l'émergence tient à la fois au développement des nouvelles technologies et à la montée de l'individu, non pas dans le sens de «l'individu égoïste tourné vers lui-même», mais dans le sens de celui qui se construit en faisant des choix (Baraud-Serfaty, 2011, p. 161).

En faisant des choix dans les possibilités qu'il peut offrir, devrait-on ajouter, tout système technique n'offre que ce qu'il peut soutenir comme choix. Dans cette perspective, l'individu-citoyen reste un usager-habitant confiné à quelques expressions démocratiques définies par les limites imposées par la plateforme citoyenne ou l'application numérique. Plus encore, l'entrée des acteurs privés pose la question de l'indépendance des politiques locales et de la représentativité démocratique des usagers d'un service numérique au sein du processus qui conduit à une décision politique.

La question de la représentativité démocratique et de l'indépendance des politiques locales se pose d'autant plus lors de la création d'équipes mixtes collaborant à la recherche et au développement gratuit ou commercial de nouveaux services. C'est à cette occasion que l'individu «agissant» dans la ville intelligente ainsi que la figure de l'entrepreneur producteur de solutions innovantes peuvent

s'illustrer. Pour développer des projets innovants dans le secteur public, les villes intelligentes comme la ville d'Odense, au Danemark, ont parfois recours aux *living labs*. Ce concept renvoie à des plateformes tangibles qui fonctionnent sur les mêmes principes de collaboration et d'innovation ouverte que les plateformes numériques. Cette nouvelle méthode de travail se fonde sur le postulat selon lequel aucun acteur ne possède une connaissance suffisante pour pouvoir développer de nouveaux produits, de nouveaux services ou de nouvelles expériences de manière isolée (Ehl, Nilsson et Topgaard, 2014). Par ailleurs, «*both open innovation and user innovation processes can be studied and subject to experiments, and where new solutions are being developed*⁶» (Schuurman et Tonurist, 2017, p. 8). En dépit de la capacité des *living labs* à s'ancrer localement en mettant en collaboration des acteurs divers, plusieurs critiques ont pointé l'inégal rapport de pouvoir entre les acteurs issus de la société civile et les partenaires privés (Ehl, Nilsson et Topgaard, 2014). Elles soulignent notamment le conflit éthique d'une captation à but commercial des idées et de la connaissance apportée par les acteurs citoyens et les organismes sans but lucratif. En fin de compte, l'individu «agissant» œuvre-t-il véritablement pour le bien commun?

De plus, la question de la représentativité de toutes les sensibilités citoyennes dans le développement de solutions publiques pose problème. Car, si un problème urbain peut être partagé par de nombreuses catégories sociales, le choix d'une solution n'est pas neutre et aura des conséquences différentes sur les citoyens. Là encore, les solutions technologiques sur la mobilité, l'ouverture des données ou l'amélioration de la qualité de vie n'évacuent pas les rapports de force et la

responsabilité des instances publiques vis-à-vis de tous les citoyens (Breux et Diaz, 2016, p. 53).

Cette responsabilité des pouvoirs publics traverse également la production de données qui soutient les projets de ville intelligente. Si elle constitue la principale force de ces initiatives, elle est notamment sa principale faiblesse. Dans un tel contexte, quelles données massives (*Big Data*) convient-il de créer et à quelles fins? Si la ville intelligente conduit à une production exponentielle de données, le phénomène des données massives n'est toutefois pas qu'une affaire de volume. En effet, il remet en question la nature même des données mobilisées et mobilisables, ainsi que la mission des services publics et les prises de décisions politiques fondées sur l'analyse de ces données (Chignard et Benyayer, 2015). La ville intelligente accroît le risque que les données recueillies dans un contexte défini soient utilisées à d'autres fins que celles pour lesquelles l'utilisateur a volontairement accepté de participer. Quels sont alors ses recours lors de l'achat partiel ou total de ses données par une tierce partie?

L'individu est dans la position de celui qui subit une exploitation marchande de la richesse de ses informations, parfois même sans le savoir. Le modèle d'affaires de la revente des données d'informations personnelles à des acteurs intéressés est conséquemment chose courante dans l'économie numérique. Elle est même au cœur des stratégies techniques et commerciales des entreprises leaders du Web 2.0 (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft [GAFAM]) qui font de l'acquisition et la surveillance des données personnelles, une activité cruciale, comme le souligne Rivard dans le neuvième chapitre de ce livre. Si le modèle d'affaires de la ville intelligente multiplie les partenariats entre l'administration publique et le secteur privé, il encourage les entrepreneurs locaux en jouant le

rôle d'incubateur technologique. Or ces jeunes entreprises n'ont pas toujours atteint une maturité assez grande pour résister aux dysfonctionnements de leur service, à la baisse de la fréquentation ou même à la concurrence. Pourtant, elles possèdent des données critiques sur les individus ainsi que sur les entreprises (Caudiu, 2016). En cas de vente de données, d'acquisition ou de fusion de l'entreprise, comment la ville peut-elle s'assurer que les données recueillies sont protégées? Un bon exemple des risques mal maîtrisés par les pouvoirs publics concerne l'ouverture des données gouvernementales. Si le mouvement exige que les données soient ouvertes aux citoyens, il doit l'exiger également pour les entreprises privées. Il est donc clair que l'ouverture des données affecte les structures de pouvoir dans une nouvelle géométrie où l'individu risque d'être davantage un acteur subissant qu'un acteur agissant.

Le journaliste Tom Slee (2016) rapporte un cas édifiant en Inde à la suite de l'ouverture des données gouvernementales. Dans le cadre d'un programme de la Banque mondiale, le gouvernement du Tamil Nadu a déclaré que les registres nouvellement numérisés seraient la seule preuve légale admissible pour les revendications de territoires. Les revendications territoriales des castes les plus pauvres, qui sont fondées sur des registres de propriété antérieurs, ont ainsi été lésées. En effet, une fois les registres numériques ouverts, les grands promoteurs ont su s'approprier de vastes territoires en tirant le maximum des données géographiques grâce aux ressources et à l'expertise qu'ils possédaient. En conséquence, certains établissements de population ont été qualifiés d'illégaux, preuve à l'appui des nouveaux registres de propriété. Ce cas indien illustre le mouvement de dérégulation qui accompagne certaines revendications civiques à plus de transparence et à une participation accrue des citoyens. L'ouverture sous ces multiples aspects permet également à

des entreprises privées «de défier les règles établies par des administrations municipales démocratiques partout dans le monde et de remodeler les villes dans leur propre intérêt» (Slee, 2016, p. 33). La ville doit être en mesure de s'assurer d'un contrôle rigoureux des données transmises pour protéger ceux qui sont les plus susceptibles de subir ces nouvelles règles.

Selon la prédiction qu'IDC Canada formulait en 2014, il y aura plus de 114 millions d'objets dans le monde d'ici 2018 (Pednault, 2016). Autant de dispositifs qui créent des données qui peuvent être analysées, vendues, voire qui peuvent conduire à des formes de contrôle et de surveillance des individus. Non moins importantes, nous traitons ici des conséquences éthiques d'une accumulation de données par un nombre croissant d'acteurs publics et privés sur la vie de l'individu. Nous découvrons à peine le fonctionnement des algorithmes des grandes entreprises numériques et les pratiques discriminantes résultant d'un triage algorithmique social ou de tarification dynamique qui se propagent dans des secteurs de première nécessité comme le logement, l'emploi ou l'assurance (Chignard et Benyayer, 2015). Des cadres législatifs et juridiques sont en cours d'élaboration pour prévenir toute malversation. Dans le cas du projet IssyGrid, les acteurs publics et privés ont collaboré avec la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés pour bâtir un cadre législatif sur la protection des données personnelles. L'instance ayant émis des recommandations strictes sur la collecte et la transmission de ces informations à des tiers, seul l'enregistrement des données au niveau du compteur a été autorisé pour prévenir toute autre utilisation. En attendant un cadre législatif commun, l'urbanisme en réseau ouvre la voie à de nouveaux dispositifs de surveillance qui risquent d'éroder la vie privée des citoyens sous diverses formes (surveillance, interrogation, identification, usage secondaire, insécurité,

divulgarion, exposition, appropriation, chantage, distorsion, intrusion) (Kitchin, 2016).

Enfin, dans la mesure où la ville intelligente repose, entre autres choses, sur la technologie, elle sous-entend que l'ensemble des acteurs, mais surtout, les habitants auxquels la ville s'adresse, maîtrisent une telle technologie. La ville intelligente renforce la fracture numérique des sociétés. Pour certains, la fracture numérique se définit, d'une part, comme la capacité à savoir utiliser un matériel spécifique et, d'autre part, comme la capacité à aller chercher adéquatement de l'information (Mossberger, Tolbet et Stansbury, 2003). D'autres préfèrent parler à ce sujet d'alphabétisation numérique (Meyers, Erickson et Small, 2013). Que l'on parle d'accès à la technologie ou de compétences pour utiliser cette technologie, ces deux éléments constituent des facteurs potentiels d'inégalités entre groupes sociaux qu'il convient de ne pas négliger. La plupart du temps, ces préoccupations sont oubliées des projets de ville intelligente.

Par ailleurs, la ville intelligente porte souvent en elle la vision de la centralité urbaine. En ce sens, le projet «intelligent» est susceptible de générer des inégalités socioterritoriales, de les renforcer ou d'en générer de nouvelles au détriment de zones moins bien situées. À cela s'ajoute bien entendu la fracture numérique, si bien que la ville intelligente est susceptible de générer des inégalités sociales. Ainsi, «[l]e cyberespace a libéré le pôle de l'émission et a fait de nous des créateurs de l'information. [...] Pour y participer, pour y être un vrai citoyen aujourd'hui, il faut être relié, connecté, branché» (Lemos, 2003, p. 126). Si certains n'ont pas accès aux ressources numériques, d'autres ne le souhaitent pas. En ce sens, ne faut-il pas ajouter la figure de l'exclu à la trilogie de Loiseau (2016)? Bien que des chevauchements soient possibles avec la figure de l'acteur «subissant», l'exclusion suppose

l'action d'une volonté qui peut être subie ou pas. Et le phénomène des déconnectés volontaires s'accroît, et de nouveaux comportements prônant la pause numérique ou la diète numérique apparaissent, comme le mouvement des «hors ligne» (*off-liners*) (Louart, 2014).

10.3.2 / **Une dépolitisation de l'espace public**

Comme nous venons de le constater, la ville intelligente est sujette à de nombreux risques politiques qui appellent à des prises de décisions collectives pour parvenir à un accord sur un projet de société. Cependant, de manière paradoxale, l'analyse de discours en faveur de la ville intelligente dénote une absence de tout caractère politique des projets. Dans cette section, nous voulons montrer que ce n'est pas tant une dépolitisation du projet de la ville intelligente qui est à l'œuvre, au sens d'une soustraction de toute influence idéologique ou politique, mais bien une dépolitisation des enjeux, entendue comme le retrait de tout caractère polémique et conflictuel jusqu'au détachement des citoyens du projet politique. Ainsi, la dépolitisation conduite par la ville intelligente se produirait sur trois plans: l'action publique, le débat public et la perception du sujet.

Pour certains (Hollands, 2008), le terme *intelligent* tend parfois à être repris par les municipalités pour rendre un projet urbain plus attrayant et dissimuler dans une certaine mesure les difficultés d'avancement de celui-ci. Pour d'autres (Douay et Henriot, 2016), l'emploi du terme *intelligent* est un élément indissociable de l'acceptabilité du projet, car comme pour l'emploi du vocable *durable*, il est difficile de s'opposer à ces deux mots. Toutefois, le projet de la ville intelligente n'est pas apolitique. Bien au contraire, il ne s'occupe que de politique dans la mesure où il ne produit ni ne construit quelque chose à l'exception d'un assemblage de diverses parties autour d'un même plan. En ce sens, l'une des meilleures définitions de la ville intelligente est la

suivante: «[A] *set of complex socio-ecological, technological and economic processes, which are not only infused by, but also reshape, power relations in the city*» (March et Ribera-Fumaz, 2016, p. 817). Plus encore, le projet de ville intelligente n'est pas exempt de tout parti pris, car il est exposé, comme nous l'avons montré, à la même charge idéologique que le cyberspace et la culture Internet. La technique participant à la construction de la ville intelligente n'est pas neutre également, car elle est toujours le produit d'une culture. Comme le soutient Ellul (2010, p. 284), «dire que la technique n'est pas neutre ne signifie pas qu'elle sert tel ou tel intérêt (ce qui est souvent la critique de gauche)», «[c]ela veut [plutôt] dire qu'elle a son propre poids, ses propres déterminations, ses propres lois» pour imposer sa propre «logique». D'ailleurs, cette logique n'est pas forcément en adéquation avec l'exercice éclairé de la citoyenneté dans le débat public.

La ville intelligente et l'Internet des objets modifient notre existence dans l'espace urbain: «Ce qui est en jeu, c'est la redéfinition de l'espace public et de l'espace privé» (Lémos, 2003, p. 125). Non seulement les réalisations de la ville intelligente influencent le mode de vie des individus, mais son discours est en passe de reformuler à la baisse le concept de «citoyenneté». Certains auteurs ont déjà fait le constat d'une volonté de réduire les conflits politiques, les résistances et le radicalisme dans la vision proposée par la ville intelligente (Vanolo, 2014). Ce constat d'un épuisement de la charge conflictuelle des différends dans l'offre publique de débats, que l'on voit à l'œuvre lorsqu'on analyse en détail le fonctionnement des plateformes numériques, s'inscrit dans le prolongement d'une dynamique plus ancienne de dispositifs participatifs qui émaillent les politiques publiques depuis les années 1970 (Gourgues, Rui et Topçu, 2013). La volonté de réduire les conflits n'est pas nouvelle. D'après certains chercheurs, elle

serait même l'un des premiers buts de la participation publique, qui «chercherait aussi à détourner les populations de leurs revendications, selon une logique de diversion» (Gourgues, Rui et Topçu, 2013, p. 13). Les mécanismes des logiques de diversion et de l'affaiblissement de l'offre du débat public ont été analysés par Hindman (2008). L'auteur revient sur l'idée selon laquelle Internet allait démocratiser la vie politique. Après l'analyse de plus de 3000 pages Web politiques, il révèle la façon dont Google redirige ses utilisateurs américains vers un nombre réduit de sites politiques des médias traditionnels. Plus intéressant encore, il montre l'absence en ligne des médias locaux et des sites moyens, ce que Slee (2016) appelle le «milieu manquant» de l'économie collaborative. Non seulement le cyberspace concentre davantage le nombre de grands médias, mais plus encore, il évacue des réseaux d'informations numériques les relais de la vie démocratique locale et ses préoccupations. La conclusion de son ouvrage *The Myth of Digital Democracy* résume l'échec d'Internet d'organiser une démocratie directe:

If we consider the ability of ordinary citizens to write things that other people will see, the Internet has fallen far short of the claims that continue to be made about it. It may be easy to speak in cyberspace, but it remains difficult to be heard^Z (Hindman, 2008, p. 142).

Pour appuyer les conclusions d'Hindman, l'étude présentée dans cet ouvrage sur le vote électronique révèle l'écart entre l'enthousiasme entourant le vote électronique et le constat de sa très faible influence sur les taux de participation. Plus encore, le vote électronique ne risque-t-il pas de désacraliser un rituel civique qui participe à inscrire le citoyen au sein d'une même communauté de destins?

Certains vont pourtant arguer que la ville intelligente fait l'objet de consultations. Bien qu'il soit attrayant de voir dans les nouveaux outils d'information et de communication une façon inédite et démocratique de garantir une participation citoyenne plus ouverte et accessible, plusieurs travaux universitaires ont étudié la manière dont «notre environnement, nos objets, interfaces, espaces virtuels, sont peu à peu pensés et conçus comme des outils d'influence active» (Vion-Dury, 2016, p. 125). C'est la théorie de la notification (*nudge*) appliquée à Internet et à ses objets, c'est-à-dire la capacité des objets connectés à Internet de personnaliser le service tout en nous persuadant, voire nous obligeant de manière douce, de nous comporter d'une certaine façon (Rosen, 2012). Selon Vion-Dury (2016), le conditionnement doux se fonde sur deux éléments: l'encouragement et la punition. Dans ce cadre donné, l'individu s'extraît difficilement d'un rôle de figurant: ces dispositifs numériques ne permettent pas l'examen d'un problème ou d'un conflit au sein d'une discussion animée entre plusieurs interlocuteurs. Cet écosystème de manipulation est accentué dans la pratique quotidienne par la ville intelligente. En effet, les projets de ville intelligente multiplient et soutiennent les plateformes de sensibilisation et de participation qui permettent aux citoyens (ainsi qu'aux gouvernements et aux entreprises) de suivre en temps réel leurs activités. Ces informations poussent l'individu à adapter son comportement de telle sorte que les services donnés par la ville intelligente soient optimaux. Elles suggèrent la bonne manière de vivre dans l'environnement urbain des villes intelligentes⁸.

Ainsi, l'analyse des modes de vie encouragés par les projets de la ville intelligente laisse penser que les possibilités d'engagement et d'agir de l'individu n'y sont pas étendues. Plus encore, la ville intelligente délimiterait les pratiques constitutives de la citoyenneté (Gabrys, 2014),

c'est-à-dire qu'elle propagerait un nouvel ordre moral autour duquel les individus devront conformer leur mode de vie en assimilant, dans leurs pratiques quotidiennes, les bons comportements à adopter. C'est pourquoi plusieurs auteurs appellent à des formes alternatives d'«intelligence» (Glasmeier et Christopherson, 2015; Hollands, 2015; Luque-Ayala et Marvin, 2015).

Conclusion

L'approche de la ville intelligente comme une extension physique du cyberspace nous permet de souligner les sources idéologiques et politiques de la culture Internet. La ville intelligente est conçue comme «une opportunité de faire rejoindre la technologie et la capacité de décision des gens sur leurs conditions de vie» (Pisani, 2015). Les échecs techniques associés aux risques politiques que nous avons relevés ne peuvent que contredire la vision enthousiaste renouvelée d'un perfectionnement de la technique au profit de la démocratie.

Les dispositifs participatifs mis en place par la ville intelligente montrent cependant de nombreuses failles, ne serait-ce que par les possibilités d'engagement et d'expressions démocratiques qu'ils donnent aux citoyens. La triple vision de l'humain proposée par la ville intelligente réduit le citoyen à un rôle plus ou moins important de créateur-producteur de système technique. Or l'exercice de la citoyenneté peut-il se réduire à cette seule fonction?

La technique est un excellent outil lorsqu'elle est utilisée de façon responsable. Si les premières visions de la ville intelligente présentaient la ville comme une machine, cette vision techniciste demeure dans la conceptualisation de l'humain au sein de la ville intelligente. Un retournement est à effectuer: ce n'est pas l'humain qui doit se conformer aux

techniques développées, mais bien le développement des techniques qui doit pouvoir se moduler à ses besoins, puisque «nous voulons des villes qui fonctionnent assez bien, mais qui sont ouvertes aux changements, aux incertitudes et au désordre qui sont la vraie vie» (Sennett, 2012).

Les prochaines recherches sur le phénomène des villes intelligentes devront poursuivre la déconstruction de la vision de la «technologie» dont nous avons hérité, et qui a fini par faire de la technologie un phénomène indépendant de la politique et de la société. Comme l'écrit Noble (2016, p. 16),

le concept de technologie a perdu son caractère concret, et par là toute référence à un lieu, des finalités, une stratégie et un terrain de lutte particuliers. Faute d'ancrages dans l'espace, l'idée désincarnée s'est mise à flotter dans le temps aussi.

Ressaisir le caractère concret de la ville intelligente passe par une confrontation entre ce qui a été dit et ce qui a été fait, notamment lors de la mise en œuvre des stratégies métropolitaines. À ce sujet, l'adaptation des grilles d'analyse réalisées pour évaluer les politiques en matière de technopoles dans les années 1970 constitue un défi méthodologique. Un autre axe de recherche peut reposer sur un examen de l'usage quotidien des nombreux artefacts «intelligents» tels que les applications numériques ou les objets connectés. Selon nous, la difficulté tiendra à la capacité de la recherche à estimer les coûts et les bénéfices sociaux de ces artefacts en fonction du profil socioéconomique de l'utilisateur. Cet impératif est d'autant plus important que les métropoles mondialisées sont de plus en plus inégalitaires et qu'elles relèguent une grande partie des groupes les plus modestes de la société à leur périphérie.

Bibliographie

- ALBINO, V., U. BERARDI et R.M. DANGELICO (2015). «Smart cities: Definitions, dimensions, performance, and initiatives», *Journal of Urban Technology*, vol. 22, n° 1, p. 3-21.
- ANGELIDOU, M. (2015). «Smart cities: A conjuncture of four forces», *Cities*, vol. 47, p. 95-106, doi: 10.1016/j.cities.2015.05.004.
- BARAUD-SERFATY, I. (2011). «La nouvelle privatisation des villes», *Esprit*, mars/avril, n° 3, p. 149-167.
- BARBROOK, R. et A. CAMERON (1996). «The Californian ideology», *Science as Culture*, vol. 6, n° 1, p. 44-72.
- BREUX, S. et J. DIAZ (2016). *La ville intelligente. Origine, définitions, forces et limites d'une expression polysémique*, Montréal, INRS-UCS.
- CAUDIU, S. (2016). «Ville intelligente: sous les promesses, les risques», *Action Canada-France*, vol. 24, n° 3, p. 5.
- CHESBROUGH, H. (2003). *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Boston, Harvard School Press.
- CHIGNARD, S. et L.-D. BENYAYER (2015). *Datanomics, les nouveaux business modèles des données*, Limoges, Fyp.
- DOUAY, N. et C. HENRIOT (2016). «La Chine à l'heure des villes intelligentes», *L'Information géographique*, vol. 80, n° 3, p. 89-102.
- EHL, P., E. NILSSON et R. TOPGAARD (2014). *Making Futures. Marginal Notes on Innovation, Design and Democracy*, Cambridge, MIT Press.
- ELLUL, J. (2010). *Le bluff technologique*, Paris, Pluriel/Fayard.
- EZRATTY, O. (2014). *Les nombreux visages de l'innovation ouverte*, <<http://www.oezratty.net/wordpress/2014/nombreux-visages-innovation-ouverte-1/>>, consulté le 15 août 2017.
- FELLI, R. (2015). «La durabilité ou l'escamotage du développement durable», *Raisons politiques*, vol. 4, n° 60, p. 149-160.
- GABRYS, J. (2014). «Programming environments: Environmentality and citizen sensing in the smart city», *Environment and Planning D-Society and Space*, vol. 32, n° 1, p. 30-48, doi: 10.1068/d16812.

- GAYOSO, É. (2015). «Les plateformes de co-innovation. Enjeux gestionnaires et marchands de la participation des individus à l'innovation», *Réseaux*, vol. 190-191, n° 2, p. 121-149.
- GLAESER, E.L., A. SAIZ, G. BURTLESS et W. STRANGE (2004). «The rise of the skilled city», *Brookings-Wharton Papers on Urban Affairs*, p. 47-105.
- GLASMEIER, A. et S. CHRISTOPHERSON (2015). «Thinking about smart cities», *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, vol. 8, n° 1, p. 3-12, doi: 10.1093/cjres/rsu034.
- GOODSPEED, R. (2015). «Smart cities: Moving beyond urban cybernetics to tackle wicked problems», *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, vol. 8, n° 1, p. 79-92, doi: 10.1093/cjres/rsu013.
- GOURGUES, G., S. RUI et S. TOPÇU (2013). «Gouvernementalité et participation. Lectures critiques», *Participations*, vol. 2, n° 6, p. 5-33.
- GUNKEL, D.J. (2005). «Editorial: Hacking and hacktivism», *New Media & Society*, vol. 7, n° 5, p. 595-597.
- HALL, R. (2000). *The Vision of a Smart City*, <<http://ntl.bts.gov/lib/14000/14800/14834/DE2001773961.pdf>>, consulté le 15 août 2017.
- HINDMAN, M. (2008). *The Myth of Digital Democracy*, Princeton, Princeton University Press.
- HOLLANDS, R.G. (2008). «Will the real smart city please stand up?», *City*, vol. 12, n° 3, p. 303-320, doi: 10.1080/13604810802479126.
- HOLLANDS, R.G. (2015). «Critical interventions into the corporate smart city», *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, vol. 8, n° 1, p. 61-77, doi: 10.1093/cjres/rsu011.
- JAFFE, M. (2009). «Boulder's SmartGridCity brings Xcel up to speed on electric picture», *The Denver Post*, <<http://www.denverpost.com/2009/09/08/boulders-smartgridcity-brings-xcel-up-to-speed-on-electric-picture/>>, consulté le 15 août 2017.
- JAFFE, M. (2012). «Xcel's SmartGridCity plan fails to connect with Boulder», *The Denver Post*, <<http://www.denverpost.com/2012/10/27/xcel-smartgridcity-plan-fails-to-connect-with-boulder/>>, consulté le 15 août 2017.

- JOHNSON, S. (2013). *Future Perfect: The Case for Progress in a Networked Age*, New York, Riverhead Books.
- KENDALL, L. (2002). «Cyberspace», dans Steve Jones (dir.), *Encyclopedia of New Media, An Essential Reference to Communication and Technology*, Thousand Oaks, London, New Dehli, Sage, p. 112-113.
- KITCHIN, R. (2015). «Making sense of smart cities: Addressing present shortcomings», *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, vol. 8, n° 1, p. 131-136, doi: 10.1093/ cjres/rsu027.
- KITCHIN, R. (2016). *Reframing, Reimagining and Remaking Smart Cities*, Maynooth University, Ireland, NIRSA, <<https://osf.io/prg6a/>>, consulté le 15 août 2017.
- LELOUP, D. et L. VAN EECKHOUT (2016). «Faut-il se méfier des compteurs Linky?», *Le Monde*, <http://www.lemonde.fr/planete/article/2016/04/07/faut-il-se-mefier-des-compteurs-linky_4898239_3244.html>, consulté le 15 août 2017.
- LÉMOS, A. (2003). «Villes et cyberculture. Information et communication dans un nouveau “modèle d’intelligence collective appliqué aux cybervilles”», *Sociétés*, vol. 1, n° 79, p. 123-132.
- LOISEAU, H. (2016). «L’humain, grand oublié du phénomène cyber? Pistes de réflexion pour la cybersécurité», dans R. Garon (dir.), *Penser la guerre au futur*, Québec, Presses de l’Université Laval, p. 249-264.
- LOUART, C. (2014). «Les déconnectés volontaires», *CNRS Le Journal*, <<https://lejournel.cnrs.fr/print/421>>, consulté le 15 août 2017.
- LUQUE-AYALA, A. et S. MARVIN (2015). «Developing a critical understanding of smart urbanism», *Urban Studies*, vol. 52, n° 12, p. 2105-2116.
- MAIR, E., T. MOONEN et G. CLARK (2014). *What are Future Cities? Origins, Meanings and Uses*, compiled by the Business of Cities for the Foresight Future of Cities Project and the Future Cities Catapult, Government Office for Science, <http://www.legco.gov.hk/general/english/library/stay_informed_overseas_policy_updates/what_are_future_cities.pdf>, consulté le 15 août 2017.
- MARCH, H. et R. RIBERA-FUMAZ (2016). «Smart contradictions: The politics of making Barcelona a self-sufficient city», *European Urban and Regional*

Studies, vol. 23, n° 4, p. 816-830.

MCLUHAN, M. ([1964] 2015). *Pour comprendre les médias*, Paris, Points.

MEIJER, A. et M. THAENS (2016). «Urban technological innovation: Developing and testing a sociotechnical framework for studying smart city projects», *Urban Affairs Review. OnlineFirst*, p. 1-25, doi: 10.1177/1078087416670274.

MEYERS, E.M., I. ERICKSON et R.V. SMALL (2013). «Digital literacy and informal learning environments: An introduction», *Learning, Media and Technology*, vol. 38, n° 4, p. 335-367.

MOSSBERGER, K., C.J. TOLBET et M. STANSBURY (2003). *Virtual Inequality: Beyond the Digital Divide*, Washington, DC, Georgetown University Press.

MUSSO, P. (2010). «Le Web: nouveau territoire et vieux concepts», *Annales des Mines-Réalités industrielles*, vol. 4, p. 75-83.

NOBLE, D. (2016). *Le progrès sans le peuple*, Montréal, Agone et Rue Dorion.

NORMANDIN, P.-A. (2014). «Application Info-Neige: cinquante erreurs recensées», *La Presse*, <<http://www.lapresse.ca/actualites/montreal/201412/16/01-4828610-application-info-neige-cinquante-erreurs-recensees.php>>, consulté le 15 août 2017.

NORMANDIN, P.-A. (2015). «Deux arrondissements refusent de participer à Info Neige», *La Presse*, <<http://www.lapresse.ca/actualites/montreal/201506/13/01-4877721-deux-arrondissements-refusent-de-participer-a-info-neige.php>>, consulté le 15 août 2017.

OUELLET, M. (2006). «Le *smart growth* et le nouvel urbanisme. Synthèse de la littérature récente et regard sur la situation canadienne», *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 50, n° 140, p. 175-193.

PASKALEVA, K.A. (2011). «The smart city: A nexus for open innovations?», *Intelligent Buildings International*, vol. 3, n° 3, p. 153-171.

PEDNAULT, É. (2016). «L'Internet des objets et la ville intelligente», *Action Canada-France*, vol. 24, n° 3, p. 14-15.

PISANI, F. (2015). «Barcelone veut réinventer la participation citoyenne», *Le Monde*, <<http://www.lemonde.fr/planete/article/2015/11/13/barcelone-ou-la>

[reinvention-permanente 4809189 3244.html](#)>, consulté le 15 août 2017.

POLÈSE, M., R. SHEARMUR et L. TERRAL (2015). *Économie urbaine et régionale. Géographie économique et dynamique des territoires*, Paris, Economica.

ROSEN, C. (2012). «The machine and the ghost», *New Republic*, <<https://newrepublic.com/article/104874/rosen-verbeek-technology-morality-intelligence>>, consulté le 15 août 2017.

SASSEN, S. (2011). *The Future of Smart Cities*, <<http://opentranscripts.org/transcript/future-of-smart-cities/>>, consulté le 15 août 2017.

SCHUURMAN, D. et P. TONURIST (2017). «Innovation in the public sector: Exploring the characteristics and potential of living labs and innovation labs», *Technology Innovation Management Review*, vol. 7, n° 1, p. 7-14.

SENNETT, R. (2012). «No one likes a city that's too smart», *The Guardian*, <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/dec/04/smart-city-rio-songdo-masdar>>, consulté le 15 août 2017.

SLEE, T. (2016). *Ce qui est à toi est à moi*, New York, Lux.

SÖDERSTRÖM, O., T. PAASCHE et F. KLAUSER (2014). «Smart cities as corporate storytelling», *City*, vol. 18, n° 3, p. 307-320.

TOWNSEND, A.M. (2013). *Smart Cities: Big Data, Civic Hackers, and the Quest for a New Utopia*, New York, W.W. Norton & Company, Inc.

TURNER, F. (2012). *Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture. Stewart Brand un homme d'influence*, Caen, C&F Éditions.

VANOLO, A. (2014). «Smartmentality: The smart city as disciplinary strategy», *Urban Studies*, vol. 51, n° 5, p. 883-898, doi: 10.1177/0042098013494427.

VEECKMAN, C. et S. VAN DER GRAAF (2015). «The city as living laboratory: Empowering citizens with the citadel toolkit», *Technology Innovation Management Review*, vol. 5, n° 3, p. 6-17.

VION-DURY, P. (2016). *La nouvelle servitude volontaire. Enquête sur le projet politique de la Silicon Valley*, Roubaix, Fyp.

WIIG, A. et E. WYLY (2016). «Introduction: Thinking through the politics of the smart city», *Urban Geography*, vol. 37, n° 4, p. 485-493.

YEN, A.C. (2002). «Western frontier or feudal society? Metaphors and perceptions of cyberspace», *Berkeley Technology Law Journal*, vol. 17, p. 1207-1263.

YIN, C., Z. XIONG, H. CHEN, J. WANG, D. COOPER et B. DAVID (2015). «A literature survey on smart cities», *Science China Information Sciences*, p. 1-18.

1 Nous portons à l'attention du lecteur le mésusage de l'emploi moderne du mot *technologie* qui signifie discours sur la technique ou étude des techniques. Parler de technologies informatiques pour désigner les emplois des techniques informatiques est une impropriété pour ne pas dire une «imbécilité» comme l'a écrit Jacques Ellul dans *Le bluff technologique* (2010, p. 25).

2 «Dans son usage le plus courant, le cyberespace renvoie à Internet et au *World Wide Web*, ou à tout autre environnement semblable, interactif et partagé par l'entremise d'un ordinateur» (traduction libre).

3 «l'esprit d'indépendance des hippies et le zèle entrepreneurial des yuppies» (traduction libre).

4 Le terme *empowerment* est ambigu à plus d'un titre. Dans le cas présent, il implique à la fois le pouvoir personnel et la réalisation de soi (Slee, 2016). En ce sens, il ne constitue pas un synonyme du verbe *émanciper* pour les lecteurs francophones, car il implique davantage l'idée d'affranchissement d'un état de dépendance, de l'action de se dégager d'une dépendance morale ou des préjugés de son époque.

5 «Le "cyberactivisme", comme on l'appelle, s'appuie sur l'utilisation créative de la technologie informatique pour faciliter les protestations en ligne, la désobéissance civile dans le cyberespace et la perturbation du flux d'information en intervenant délibérément dans les réseaux du capital mondial» (traduction libre).

6 «Les processus d'innovation ouverte menés par les utilisateurs peuvent être étudiés et soumis à des expériences afin de développer de nouvelles solutions» (traduction libre).

7 «Si l'on considère la capacité des citoyens ordinaires à écrire des choses que d'autres personnes verront, Internet est loin de correspondre aux

déclarations qui continuent d'être faites à son sujet. S'il est aisé de parler dans le cyberspace, il reste ardu d'y être entendu» (traduction libre).

8 Prenons l'exemple d'un client d'un service de réseau électrique intelligent qui reçoit des informations sur sa consommation électrique. Les promoteurs du service assurent qu'il pourra moduler sa consommation d'énergie en fonction des informations qu'il reçoit: il sera alors incité à transformer ses habitudes de consommation d'énergie pour optimiser les gains en matière d'économie et de respect de l'environnement. Cette logique le conduira peut-être à laver ses vêtements la nuit.

CHAPITRE 11 /

L'ethnographie virtuelle, quand le terrain montre les enjeux éthiques de la méthode

Une approche pour l'étude de la communauté virtuelle de la
«néomasculinité»

Elena Waldispuehl, Adeline Branthonne et Myriam Morisette

Les chapitres précédents ont montré combien le cyberspace est un phénomène ayant d'importantes conséquences sur l'organisation sociale et sur celle de la recherche en sciences sociales. Aujourd'hui, il est pratiquement impossible de nier l'influence du cyberspace et de l'ingénierie d'Internet sur les structures du champ d'exercice du politique, et ce, à plusieurs échelles. Par ailleurs, certains estiment même que cette influence a engendré une transformation radicale du corps social et politique, menant les sociétés mondialisées et interconnectées à l'ère de la civilisation numérique. Le numérique aurait ainsi «constitué un nouveau répertoire commun de manières d'être, de penser, d'agir et de communiquer», et ce, pour l'ensemble de l'humanité se dirigeant vers le progrès social et politique (Bokova, 2016). Or cette perspective optimiste d'une humanité numérique se heurte à celle des plus pessimistes, qui anticipent une dissolution du lien social tout en soulignant le caractère capitaliste et individualiste du progrès technologique (Laflamme et Lafortune, 2006). Notre démarche est

davantage pragmatique dans ce chapitre. D'une part, nous considérons que le cyberspace participe à la (re)production et la régulation des discriminations et des inégalités de tous genres, comme le soutient la perspective pessimiste. D'autre part, nous considérons aussi que le cyberspace favorise les cadres de la participation politique en étant un espace ouvert de socialisation pouvant conduire à une mobilisation citoyenne contre ces mêmes discriminations et inégalités, dans une visée optimiste.

Nous avons également montré pourquoi l'appréhension du cyberspace exige une certaine adaptation des instruments de collecte de l'information traditionnels, en raison de la nature immatérielle et transcendante de ces nouveaux terrains de recherche qu'il offre. À une seule distance de clic, ces nouveaux espaces de la recherche contemporaine sont partout et nulle part à la fois. Ils sont également le lieu de nouvelles pratiques de socialisation et de stratégies discursives pour des communautés virtuelles, qui redéfinissent le champ politique et social. Rappelons que le cyberspace se définit comme le produit consubstantiel entre la numérisation des informations et la mise en réseaux de ces mêmes informations. Ensuite, le cyberspace doit être interprété sociologiquement comme la mise en réseau d'une représentation modifiée des activités humaines sous forme numérique. Il s'agit d'une représentation au sens où les rapports sociaux y sont intégrés de manière abstraite dans une réalité virtuelle, qui agit comme un miroir numérique des conditions matérielles. Nous postulons donc que le cyberspace est une extension du réel matériel et que les réseaux d'Internet sont un reflet déformé de ce même réel numérisé. Le cyberspace est donc un nouveau lieu de socialisation et de relations de pouvoir ayant un fort degré de distorsion et de démultiplication des identités politiques et des groupes sociaux. Or est-ce que les rapports sociaux et de pouvoir

observés dans le cyberspace sont de même nature que ceux de la vie matérielle? Quelles sont les limites de l'observation et d'interprétation de ces pratiques sociales prenant forme dans les réseaux numériques? Considérant l'anonymat particulier qu'octroie Internet, quelle est l'influence de la désinhibition des pratiques sociales dans un contexte en ligne comparativement à un contexte hors ligne pour l'enquête des communautés virtuelles?

Ce chapitre a pour objectif de présenter une utilisation de l'ethnographie dans un contexte en ligne tout en exposant une réflexion féconde sur les enjeux éthiques d'une telle méthode. La communauté virtuelle étudiée dans ce chapitre est celle du blogue masculiniste *Return of Kings*, dont la nétiquette fait l'apologie de la virilité hétérosexuelle et de la «néomascullinité» tout en accusant le féminisme de déchéance postmoderne. Comme l'explique Dupuis-Déri (2009), le masculinisme est un courant conservateur et réactionnaire se rapprochant de l'antiféminisme (Dupuis-Déri et Blais, 2015), et qui soutient que les hommes vivent une crise identitaire en raison de la domination sociale et politique des femmes et surtout des féministes. Autrement dit, les hommes sont aliénés et dépossédés de leur propre virilité en raison de la démasculinisation de la société, qui serait aujourd'hui féminisée. Cette conception du pouvoir ramène à ce que Duerst-Lahti (2008, p. 168, cité dans Dupuis-Déri, 2009, p. 101) décrit comme «l'idéologie de genre», soit la justification de l'attribution du pouvoir selon les rapports de sexe, de genre et de la désignation des corps selon la dichotomie féminin-masculin pour remplacer le continuum gauche-droite. Le référendum sur le Brexit et la victoire du candidat milliardaire Donald Trump à la présidence américaine ont montré que les forces réactionnaires et populistes semblent trouver de nouveaux appuis politiques. La montée de ces forces est observable dans de nombreux pays lors des élections et par

l'émergence de mouvements réactionnaires comme PEGIDA (Patriotes européens contre l'islamisation de l'Occident) en Allemagne et ailleurs en Occident.

Certaines études expliquent le phénomène de manière structurelle sur les plans économique, social et culturel (Norris, 2005). En effet, cette montée de l'extrême droite serait attribuable à la demande formulée par l'électorat lui-même. Ainsi, les succès électoraux des partis d'extrême droite, qui reposent sur des facteurs préexistants dans l'ordre social, obligent les autres partis politiques à se situer les uns par rapport aux autres quant à leur plateforme électorale, leurs stratégies de communication et le choix des thèmes de campagnes (Kitschelt, 1996). La «révolution silencieuse» (*cultural backlash*) de Norris (2005) évoque les transformations de l'économie mondiale avec la mondialisation et le passage à une société postindustrielle, ainsi que les effets déterminants des crises économiques et financières, qui sont de plus en plus nombreuses (Mathieu et Sterdyniak, 2009). La postmodernité aurait entraîné une dissolution des identités établies et l'émergence de nouvelles identités politiques (et de genre), tout en provoquant une fragmentation culturelle par l'immigration et le multiculturalisme s'y rattachant. Un clivage socioculturel entre les forces progressistes et les défenseurs des valeurs conservatrices se serait ainsi développé. Inglehart et Norris (2015) tablent sur la thèse d'un retour de bâton face aux changements culturels de la «révolution silencieuse» (*cultural backlash*), qui se définit comme un phénomène de redistribution des compétences politiques lié à la prospérité d'après-guerre et aux changements de valeurs vers celles de la postmodernité et du progressisme. Finalement, Ignazi (2000) évoque une contre-révolution silencieuse, soit une extrême droite postindustrielle qui se démarque des autres représentations et préservant un lien affirmé avec le fascisme et le nazisme. La néomasculinité

telle qu'interprétée par le blogue *Return of Kings* pourrait s'inscrire dans cette idéologie, qui se définit par l'incidence du néoconservatisme recadrant vers la droite la courbe des préférences et attitudes dans l'espace politique, l'intensification de la polarisation, la crise de confiance envers les institutions et la prédominance de certains thèmes dans le programme politique comme la sécurité et l'immigration (Ignazi, 2000).

Considérant que les mouvances se réclamant de la droite alternative sont encore peu étudiées dans la littérature scientifique et qu'il semble relativement difficile d'enquêter sur de tels groupes sociaux par l'intermédiaire d'une ethnologie classique, la méthode de la netnographie devient alors un instrument intéressant de collecte de l'information. Par ailleurs, cet instrument de collecte permet de cibler les discours tout en produisant des ponts entre la réalité matérielle et celle virtuelle pour tenter de comprendre les points de continuité et de rupture entre l'espace numérique et l'espace matériel. À titre d'exemple des liens entre les espaces réels et virtuels et de l'interconnexion incessante des pratiques entre ces deux espaces, l'un des principaux contributeurs du blogue, Roosh V, tenait à organiser un rassemblement transnational dans 43 pays, dont le Canada, en février 2016, pour discuter des enjeux soulevés dans et par la «manosphère¹». Ce blogueur contesté et polémique, qui défend la naturalisation des inégalités entre les sexes ainsi que la légalisation du viol dans la sphère privée – pour mieux la combattre supposément – a cependant été contraint d'annuler son projet en raison d'une importante mobilisation féministe notamment, et même d'actions de certains gouvernements. Ce chapitre déclinera les fondements de l'ethnographie virtuelle comme méthode d'investigation dans un terrain numérique, en portant un souci particulier aux enjeux éthiques et méthodologiques. Nous allons également insister sur les effets du contexte en

ligne sur le processus de socialisation et plus concrètement sur les possibilités accrues de dissémination de discours discriminatoires et haineux contre certains groupes sociaux. Nous aborderons aussi les chocs moraux pouvant être occasionnés par l'enquête de tels phénomènes sociaux et politiques dans le cyberspace.

11.1 / L'ethnographie du virtuel comme méthode de recherche

Les problèmes sociaux et politiques qui sont observables à travers la lunette du cyberspace offrent de nouveaux défis méthodologiques aux chercheurs en raison des nombreuses contraintes associées à ce terrain virtuel, tout en permettant des libertés jamais rencontrées. Comment effectuer des entretiens avec les participants sans la relation face à face? Comment articuler une observation directe en ligne et de longue durée sans être physiquement là? Comment effectuer la collecte des informations et comment entretenir une relation de confiance virtuelle avec les sujets lorsque les rapports sociaux sont diffus dans le cyberspace? Comment appréhender des phénomènes sociaux et politiques illégaux par l'intermédiaire du cyberspace comme terrain d'investigation? Comment appréhender des communautés virtuelles dont les activités sont illicites ou encore la cible de répression de la part d'un groupe ou d'un État? Autant de questions qui nous poussent à adapter numériquement une méthode ayant largement contribué à la production de nouveaux savoirs, allant de la «conquête²» de sociétés lointaines et étrangères à l'étude des milieux urbains avec l'École de Chicago, soit l'ethnographie classique.

Tout d'abord, «l'altérité se dévoile à mesure que le chercheur renonce à imposer son propre système

conceptuel [et se rend] compte de la réalité des acteurs» en accédant «aux perspectives de ceux-ci en vivant les mêmes situations ou les mêmes problèmes qu’eux» (Jaccoud et Mayer, 1997, p. 219). Par ailleurs, les rôles entre le chercheur et son sujet en situation d’observation deviennent interchangeables, puisque «chacun est pour lui-même l’observateur et l’observé pour l’autre» (Jaccoud et Mayer, 1997, p. 220). Cette relation dynamique de coconstruction ou de double herméneutique représente une difficulté et une limite de la recherche sur les terrains réels et virtuels. Ainsi, une distanciation avec son sujet est nécessaire pour tendre vers une subjectivité moindre, avec la tenue d’un journal de bord et de grilles d’observation standardisées, et ce, même dans un contexte en ligne. Ensuite, il importe de comprendre son objet d’étude en ligne et hors ligne en diminuant «l’étrangeté initiale, en déconstruisant les valeurs établies et les stéréotypes, afin de comprendre [l]es pratiques et les sens qu’on leur attribue» (Sollberger Jeolás, 2008, p. 55). En ce sens, le cahier d’observation est un outil indispensable pour étudier le cyberspace afin de noter les interactions sociales et les représentations de sens des sujets pour ensuite intégrer le langage technique des communautés virtuelles appréhendées par le chercheur pendant son enquête de terrain.

La méthode utilisée pour cette recherche exploratoire est celle de l’ethnographie virtuelle ou netnographie (Kozinets, 2002) pour observer l’exposition de soi en ligne. Le cyberspace et ses réseaux interconnectés sont le lieu de singularités plurielles et d’intersubjectivité, de sorte que la plupart des pratiques observables par l’interface numérique sont «fonctionnellement dédiées à la présentation de soi-même» en tant qu’individu ou groupe (Honneth, 2007, p. 119, cité dans Granjon, 2012, p. 124). Le cyberspace est comparable à une culture et à un artefact dont il est

possible d'observer toutes les composantes en se référant au contexte pour mieux les comprendre plus tard (Hine, 2000). Dans le contexte numérique, l'ethnographie passe d'un rapport face à face à une interaction sociale par l'intermédiaire d'un ordinateur. D'ailleurs, Hine (2000) rappelle que la tradition ethnographique articulée sous le rapport face à face a pour conséquence que le chercheur est toujours présent physiquement sur les lieux de l'enquête *in situ*. Sa participation est alors inaliénable au processus de recherche lui-même. Or cela change dans le terrain du cyberspace, puisque l'ethnographe peut observer en cachette (*lurking*) et être totalement invisible pendant son enquête, ce qui pose d'ailleurs plusieurs questions éthiques. Ensuite, cela génère d'autres questions quant à l'authenticité des interactions sociales lorsqu'Internet s'avère être le média nécessaire pour appréhender l'objet de recherche. Il ne faut pas oublier non plus que le contexte électronique peut altérer les conditions de l'identité et de la performativité (Meyrowitz, 1985, cité dans Hine, 2000), alors que l'authenticité ne doit pas être comprise comme un absolu. Elle est plutôt «négociée» et «soutenue» dans un contexte précis, et «l'informant» est une «performance partielle» plutôt qu'une identité complète (Hine, 2000, p. 49, traduction libre).

Kozinets (2002) définit la netnographie comme une nouvelle méthode qualitative adaptant les fondements ethnographiques à l'étude des cultures et communautés qui émergent grâce aux communications automatisées et à l'interconnexion des réseaux. Or s'agit-il vraiment d'une nouvelle méthode? Partant d'une absence de consensus dans la littérature, Pastinelli (2011) soutient qu'il ne subsiste pas de différences tangibles entre un terrain virtuel et un terrain physique puisque *grosso modo*, les étapes de la recherche reposent sur un ensemble semblable de principes. L'ethnographie classique et la netnographie ne

différeraient pas méthodologiquement dans ce que Pastinelli (2011) appelle «l'utopie du virtuel». En effet, le cyberspace ne se pose pas «en abstraction des autres sphères de la vie sociale» (Pastinelli, 2011, p. 39). Il faut alors cesser de «penser l'individu comme entièrement déterminé par le contexte [...] pour s'intéresser à des pratiques, des discours, des représentations et des expériences qu'on aurait eu tort de croire être déterminés pour l'essentiel par le contexte dans lequel on pouvait les observer» (Pastinelli, 2011, p. 39).

L'un des principaux intérêts de la méthode de l'ethnographie virtuelle est qu'elle permet de rendre compte de la particularité des médias sociaux, qui diffusent massivement des représentations intimes de soi qui sont libérées «des contraintes de la coprésence» (Thompson, 2005, p. 71, cité dans Granjon, 2012, p. 126). Il s'agit d'une double coprésence s'opérant à distance: les utilisateurs du média social interagissant et les chercheurs observent les interactions sur ce média social. D'ailleurs, le contexte électronique encouragerait des pratiques d'exposition de soi davantage «originales et audacieuses» que les situations de face à face (Granjon, 2012, p. 126). Le cyberspace redéfinit donc d'une nouvelle manière la dichotomie entre privé et public, qui avait déjà été largement critiquée avec justesse par les études féministes tout en pouvant même être considérée comme l'un des enjeux principaux du mouvement des femmes (Pateman, 1989). Certes, la production de soi dans le cyberspace illustre comment cet espace constitue un moyen de contrôle social d'où émergent de nouvelles normes ou qui reproduit les normes déjà existantes dans les conditions matérielles. Ce contrôle social s'incarne dans les pratiques numériques des utilisateurs qui s'observent d'abord eux-mêmes et qui observent subséquemment les autres par l'intermédiaire de l'interface du cyberspace. Il est encore une fois question

des multiples couches du cyberspace et de cette déformation de la réalité matérielle.

Les interfaces du Web 2.0 présentent toutes une entrée individuelle, une fiche de signalement, qui constitue le point de départ de toute navigation. Celle-ci enregistre certaines caractéristiques stables et durables des personnes, mais aussi et surtout des signes d'identité beaucoup plus diffus, mouvants et multiples que les participants déposent dans leurs goûts, leurs amis, leurs activités (Cardon, 2008, p. 99).

Sur le plan méthodologique, la plupart des modèles et outils de recherche destinés à encadrer une recherche via le cyberspace sont élaborés de façon spécifique, selon le projet de recherche présenté. Certains chercheurs développent toutefois un ensemble de références à partir desquelles la structure de la collecte des informations peut se développer. Dans cette optique, Hanley (2011) procède à une revue des enjeux à considérer lorsque la recherche se conduit *par* et *dans* le cyberspace, et développe essentiellement sa réflexion selon le rapport entre une méthode de recherche en ligne et une méthode de recherche hors ligne. Il identifie comme une particularité de la méthode en ligne le choix à effectuer entre des interactions en temps réel et des interactions non spontanées dans le cadre de groupes de discussion ou d'entrevues. Hanley (2011) insiste sur le fait que le chercheur qui mène une recherche via le cyberspace sans les compétences nécessaires risque de connaître l'échec. Il est donc évident ici que les chercheurs voulant utiliser une ethnographie du virtuel doivent avoir la formation adéquate et une connaissance suffisante du terrain numérique; ce à quoi compte s'attaquer ce chapitre. Hanley (2011) avance que le chercheur devrait se poser trois principales questions

quant aux compétences dont il dispose pour mener une recherche en ligne de façon adéquate: 1) comment se comporter et interpréter les interactions sociales en regard de la nétiquette en général? 2) Comment évaluer ses aptitudes à la collecte des informations (la capacité de faire passer correctement un questionnaire en ligne ou encore d'agir en tant que modérateur d'un groupe virtuel, par exemple)? 3) Comment développer une sensibilité aux forces numériques, qui ne sont pas nécessairement apparentes en raison des multiples couches du cyberspace et des multiples sens et représentations (comme c'est le cas des dynamiques masculinistes analysées dans ce chapitre)?

Le contexte électronique rend l'enquête *in situ* particulière dans la mesure où «ce qu'il y a "à voir" sur le terrain, ce sont, la plupart du temps, des textes» (Rifiotis, 2002, p. 12, cité dans Sollberger Jeolas, 2008, p. 57). C'est pourquoi l'ethnographie du virtuel doit être complémentaire ou concomitante à une analyse de contenu pour permettre de comprendre l'objet de recherche sur le plan autant de la sémantique que de la sémiotique. Autrement dit, les interactions des sujets entre eux (et éventuellement avec le chercheur) sont d'ordre textuel, et quelques fois imagées avec les GIF (format d'échange d'image) et les mèmes Internet. Ces derniers sont d'autant plus intéressants sur le plan sociologique qu'ils sont une pratique s'étant transportée du réel au virtuel en y intégrant une nouvelle recherche de sens et de représentation. Un mème se définit alors comme une image, un texte ou une vidéo diffusée massivement *dans* et *par* le cyberspace en ayant plusieurs variations de sens allant du comique au satirique. Le concept a d'abord été développé par Richard Dawkins (1989) dans ses travaux sur la théorie de l'évolution de Darwin, où il donne au mème des fonctions semblables aux gènes, mais dans une perspective culturelle. Les mèmes représentent ainsi des phénomènes culturels qui sont

transmis de génération en génération en étant imités ou transformés collectivement (Chopin, 2011). En ce sens, les mèmes constituent donc des ensembles de comportements sociaux et culturels, qui sont transmis non génétiquement et qui sont observables dans l'environnement du cyberspace, qui évolue de manière très rapide avec ses propres logiques régulatrices. Ainsi, une grille d'observation systématique doit être développée pour ne pas perdre de vue les informations pertinentes à la question de recherche dans un contexte de surexposition informationnelle.

11.2 / Les considérations éthiques reliées à la recherche en ligne

Tous les auteurs ne s'entendent pas pour affirmer que des considérations éthiques inédites doivent être envisagées lorsqu'il est question de recherche via le cyberspace. Sur ce sujet, Walther (2002) avance que des failles relevées par certains rapports destinés à des comités en éthique de la recherche aux États-Unis concernant la protection des sujets humains sont plutôt dues à des problèmes dans l'élaboration des plans de recherche, et non au fait que la recherche se fasse via Internet. En ce sens, Ess et l'Association of Internet Researchers (2002) établissent eux aussi un parallèle entre la recherche en ligne et la recherche hors ligne en ce qui a trait à leurs enjeux éthiques, laissant penser que ce n'est pas tant le terrain d'Internet en soi qui engage de nouvelles réflexions quant à l'éthique de la recherche avec des sujets humains, mais plutôt les nouvelles circonstances qui y sont reliées. Autrement dit, les préoccupations quant à l'éthique lorsque la recherche se fait via Internet rejoignent dans l'ensemble les questions qui se posent à l'égard des sujets humains lorsque les chercheurs font face à de nouveaux contextes d'étude.

Certes, l'application de protocoles éthiques, que ce soit en ligne ou hors ligne, se présente toujours comme une question de particularité du contexte. Par exemple, Eynon, Fry et Schroeder (2008) expliquent, d'une part, que l'éthique et les méthodes de recherche étant fortement interreliées et puisque l'espace d'interactions sociales et de diffusion d'informations évolue dans plus d'un sens, un des défis dans le développement d'approches cohérentes en éthique se rapporte au fait que les méthodes nécessaires pour recueillir et analyser cette activité sont également émergentes et nouvelles. Ainsi, l'élaboration de protocoles éthiques destinés à des recherches via le cyberspace se retrouve ici et là devant un manque de références, de bases à partir desquelles réfléchir la conception et l'opérationnalisation de mesures à adopter vis-à-vis des sujets humains. D'autre part, Eynon, Fry et Schroeder (2008) réaffirment l'importance de tenir compte du contexte hors ligne dans lequel s'insère la recherche, mais aussi des différentes catégories de contextes en ligne, parce que chacune d'entre elles correspond à un cadre à l'intérieur duquel les gens ont des valeurs et des attentes distinctes. Pour sa part, Madge (2007) dépasse ces réflexions sur le rapport entre l'éthique de la recherche en ligne et son contexte, et suggère que les prochains travaux contribuant à l'éthique de la recherche via le cyberspace soient aussi orientés par une approche géographique. Ainsi, le modèle traditionnel devrait être revu par une nouvelle approche selon laquelle le sujet humain correspond à une personne faisant partie d'un espace donné. Cela mènerait donc à formuler des exigences éthiques suivant un «modèle hybride d'éthique relationnelle incorporant le texte, l'espace et la personne» (Bassett et O'Riordan, 2002, p. 233, traduction libre). Ensuite, il faut penser l'éthique en ligne selon la dynamique des espaces qui constituent le cyberspace de telle sorte à tenir compte des différences

socioculturelles, qui sont à première vue aplanies par Internet (Madge, 2007).

Inversement, Lotz et Ross (2004) affirment que l'éthique de la recherche en ligne est fondamentalement différente de celle hors ligne sur trois aspects: la perception de l'intimité, le choix entre l'obtention du consentement ou l'observation non déclarée, et l'équilibre à trouver entre l'anonymat et l'accès ouvert aux informations. En ce qui concerne la perception du caractère privé de certains environnements définis dans le cyberspace, un certain flou subsiste quant à l'accès public d'un espace et les interactions plutôt privées qui s'y déroulent. Lotz et Ross (2004) affirment alors que bien que ces espaces soient légalement considérés comme publics ou accessibles par les utilisateurs qui en trouvent l'accès, le chercheur doit en faire une utilisation qui tienne compte du fait que les interactions à l'intérieur de ces espaces sont effectuées par des gens qui les croient privées. Rosenberg (2010) définit d'ailleurs les questions de l'accessibilité des espaces et des perceptions des utilisateurs de ces mêmes espaces comme les pôles du débat. Cependant, pour Markham et Buchanan (2012) et d'autres chercheurs (Henderson, Johnson et Auld, 2013; Latzko-Toth et Pastinelli, 2013), la distinction entre les espaces dits privés et publics tient difficilement, en pratique, dans le cyberspace, où en plus de la perception ou des attentes des utilisateurs quant au caractère public ou privé des espaces, un enjeu existe aussi au regard du déplacement du contexte et de l'utilisation des informations. La distinction est encore plus difficile, voire impossible, à maintenir dans le cas des médias sociaux en raison de la distinction à faire entre l'accessibilité et le caractère public ou privé des espaces, des informations s'y trouvant et des interactions s'y déroulant (à ce sujet, consulter Zimmer [2010] pour une analyse en lien avec la plateforme Facebook) et des incertitudes quant au contrôle

réel qu'ont les utilisateurs sur le contenu publié et partagé (Henderson, Johnson et Auld, 2013).

Cette distinction s'avère conséquemment peu utile comme critère de décision en matière d'éthique de la recherche sur le cyberspace. Du moins, elle permet difficilement de tracer une ligne entre les observations pour lesquelles un consentement explicite est nécessaire et celles pour lesquelles il ne l'est pas. Elle rend aussi plus ardues les décisions en matière de confidentialité. En ce sens, des concepts comme ceux de «degré d'intimité» (Sveningsson Elm, 2009, repris par Rosenberg, 2010), d'«intégrité contextuelle» (Nissenbaum, 2004, 2010) et de «degré de publicité» (Latzko-Toth et Pastinelli, 2013) ont été proposés. Avec le concept de «degré d'intimité», Rosenberg (2010), à la suite de Sveningsson Elm (2009), place le degré d'intimité des espaces sur un continuum: des espaces publics et semi-publics pour lesquels l'étude est possible sans consentement et des espaces semi-privés et des espaces privés. Avec le concept d'«intégrité contextuelle», Nissenbaum (2004, 2010) propose pour sa part de penser l'intimité non pas en termes d'espaces publics et d'espaces privés, mais en termes de respect des contextes et des normes leur étant propres en ce qui concerne autant l'observation que la collecte et la diffusion d'informations. Sous cet angle, il s'agit non seulement de porter une attention particulière aux normes d'un contexte donné en matière d'intimité, mais aussi au déplacement des informations à travers des espaces aux normes différentes et aux effets de ce déplacement. Pour leur part, Latzko-Toth et Pastinelli (2013) proposent plutôt de considérer le degré de publicité des données recueillies et les torts potentiellement causés aux acteurs impliqués ou à des tiers par l'amplification de publicité que peut engendrer la recherche. On délaisse ainsi l'accessibilité des espaces, des informations s'y trouvant et des interactions s'y déroulant

pour leurs modalités d'accès, leurs conditions de visibilité et leur circulation anticipée et les transformations qu'elles subissent du fait de la recherche.

Puis, il est nécessaire d'accorder la priorité à l'anonymat des participants d'une façon plus avertie que ce qui se fait dans des contextes similaires, mais hors ligne. En effet, le chercheur doit prévoir que certaines protections offertes pour préserver l'anonymat des sujets puissent se retrouver vaines si des utilisateurs réussissent à détecter de quelle source numérique ou de quel réseau social il s'agit. Par exemple, bien que le chercheur voile les en-têtes, les noms d'utilisateurs et les signatures, l'anonymat effectif pourrait se trouver affecté si le type de groupe à l'étude ou encore des informations relatives à l'âge, au genre, à l'ethnicité, à l'éducation ou au statut socioéconomique des personnes étaient dévoilées, directement ou indirectement. Plus encore, le degré relatif d'accessibilité du groupe à l'étude peut rendre les protections visant à préserver l'anonymat vaines en raison de la facilité avec laquelle il est possible de chercher et de retracer des propos formulés et des contenus partagés en ligne à l'aide des moteurs de recherche généraux et propres aux différents médias sociaux et espaces en ligne. Ces considérations font dire à plusieurs auteurs qu'il est excessivement difficile d'assurer l'anonymat des personnes et des données issues de la recherche sur le cyberspace (Beaulieu et Estalella, 2012; Henderson, Johnson et Auld, 2013; Markham et Buchanan, 2012; Narayanan et Shmatikov, 2009; Zimmer, 2010). Ainsi, l'accessibilité aux informations varie selon le contexte et la sensibilité du groupe social observé par l'intermédiaire du cyberspace. Il apparaît conséquemment avisé de prévoir des protections plus avancées pour certains contextes, pour lesquelles les citations directes mais anonymisées ne sont pas suffisantes, comme les exemples composites (Barnes,

2004) ou encore l'invention d'exemples inspirés de cas réels (Markham, 2012; Markham et Buchanan, 2012).

Enfin, concernant le rapport entre l'obtention du consentement par les utilisateurs qui interagissent et l'observation non déclarée de leurs interactions, Lotz et Ross (2004) mentionnent que deux critères sont à considérer pour faire un choix éclairé et éthique quant à l'alerte ou non de la présence d'un chercheur au sein de ces espaces. D'une part, le chercheur doit évaluer l'étendue et la nature d'un groupe ainsi que le degré d'intrusion de l'étude dans l'utilisation des interactions pour appuyer son choix de mentionner ou de taire sa présence au sein du groupe. Considérant la discussion précédente et celle qui suit, il s'agit de dépasser l'évaluation du caractère privé ou public dudit groupe pour en évaluer les normes internes, les attentes des utilisateurs, le degré d'intimité ou de publicité du groupe et des interactions s'y déroulant, les risques en matière de protection de la confidentialité, etc. D'autre part, le chercheur devrait procéder à l'évaluation du contexte, incluant le moment de la recherche, dans lequel son observation sera effectuée. L'idée de taire sa présence au sein d'un groupe, de faire de l'observation passive (appelée *lurking* dans la littérature anglophone) est cependant l'objet de débats. En faisant état, Morrow, Hawkins et Kern (2015) relèvent trois positions types à cet égard: une compréhension de l'observation passive comme pratique essentiellement non éthique (Denzin, 1999; Eichhorn, 2001; Mann et Stewart, 2000; Murthy, 2008) et menant à diverses stratégies de visibilité en tout temps (Beaulieu et Estalella, 2012), voire d'implication des groupes et des personnes observées (Bakardjieva et Feenberg, 2000), comme outil d'une certaine utilité pour l'obtention de données non contaminées et objectives (Paccagnella, 1997; Schaap, 2002) ou comme façon d'obtenir l'accès à de futurs

participants à la recherche (Hopkins, 2009; Langer et Beckman, 2005).

11.3 / ***Return of Kings*: le retour aux «origines» du mâle sur Internet**

Après avoir expliqué en quoi consiste la méthode de l'ethnographie virtuelle et illustré quelques problèmes éthiques fréquemment rencontrés lors d'investigations en ligne, cette section a pour objectif d'être un exemple d'application d'une approche de recherche. Avant de commencer la présentation de cette étude de cas, il importe de situer le courant idéologique et culturel dans lequel s'inscrit la communauté virtuelle observée. Le blogue *Return of Kings* (ROK) se réclame de la droite alternative américaine (le mouvement *alt-right*), qui rejette certains acquis de la postmodernité et s'oppose aux revendications des mouvements sociaux de la gauche globale, qui intègre plusieurs luttes simultanément. La *droite alternative* est un concept qui renvoie à une nouvelle image de marque (*branding*) des mouvements suprématistes et réactionnaires alléguant qu'ils ne s'identifient plus au conservatisme. Cette communauté virtuelle manifeste une volonté de «retour» en arrière en insistant sur l'importance d'un ordre social autoritaire et inégalitaire. Ce régime devrait reposer sur le patriarcat comme mode d'organisation politique et sociale, comme l'indiquent le nom du blogue et l'appel à la figure du monarque au pluriel, les hommes virils.

Avec les récents échecs des sondages à prédire les victoires électorales de forces politiques conservatrices, populistes ou réactionnaires, il semble que les politologues et les médias ont parfois tendance à sous-estimer les opinions dites «régressives», misogynes et racistes en raison de l'acceptabilité sociale ou de ce que certains appellent (ironiquement) la rectitude politique. Ainsi, ces

idées s'expriment difficilement dans l'espace public, que ce soit par l'intermédiaire de sondages d'opinion ou encore dans l'espace plus intime d'un entretien face à face. Dans ces conditions, comment étudier la diffusion de ces idées et comment observer les personnes qui les soutiennent et les diffusent? Ces opinions semblent pouvoir s'affirmer plus librement sur Internet en raison des caractéristiques du cyberspace, qui favorise l'anonymat et facilite la dissémination massive de telles constructions discursives en faisant fi des contraintes spatio-temporelles. Ainsi, le blogue *Return of Kings* peut être catégorisé comme un endroit privilégié pour les individus partageant les postulats masculinistes. Ce blogue a été créé en octobre 2012 par Roosh Valizadeh et tenait un rythme de publication d'en moyenne 90 articles par mois en 2016. L'objectif clairement énoncé dans la section «About» du blogue est de revaloriser une masculinité désormais opprimée par la montée du féminisme, qui mènerait la société occidentale à sa perte:

Return of Kings is a blog for heterosexual, masculine men. It's meant for a small but vocal collection of men in America today who believe men should be masculine and women should be feminine. ROK aims to usher the return of the masculine man in a world where masculinity is being increasingly punished and shamed in favor of creating an androgynous and politically-correct society that allows women to assert superiority and control over men (ROK, s. d.).

Selon cette description, le monde serait celui des hommes et il devrait être gouverné pour et par ces derniers pour contrer le déséquilibre causé par le féminisme, qui provoquerait une crise de la masculinité telle que la survie de la société serait en jeu devant les dangers de la féminisation et de l'androgynéité. Ce site se base sur un

ensemble de principes liés au concept de «néomasculinité», bien que le discours de *Return of Kings* n'est pas en soi une nouvelle expression du masculinisme. En ce sens, Devreux (2004, p. 10) désigne le mouvement masculiniste comme la «résistance masculine [...] contre le progrès social en faveur des femmes». Or la crise de la masculinité n'est pas un nouveau phénomène, comme le rappelle Dupuis-Déri (2012), puisque cette idée traverse déjà les discours de la Renaissance à la Révolution française au XVIII^e siècle jusqu'au colonialisme et au fascisme du XX^e siècle.

Les arguments utilisés dans ces articles remobilisent en réalité des stéréotypes et des schémas sexistes classiques déjà bien répandus dans la société, mais ces logiques y sont explicitées et poussées à l'extrême. Ici, la position est parfaitement assumée: les femmes sont inférieures aux hommes, et elles ne devraient pas, par exemple, avoir le droit de voter ou de faire des études. Ainsi, analyser ce blogue pourrait permettre de mieux comprendre les processus de création de communautés virtuelles autour d'idées en apparence minoritaires au sein de l'espace public et ne respectant pas les conditions d'acceptabilité sociale. Néanmoins, il est aussi évident que l'appréhension de telles communautés virtuelles dans le terrain du numérique peut occasionner certains chocs moraux chez le chercheur, que ce soit dans le cadre d'une recherche en études féministes ou d'une ethnographie virtuelle ne disposant pas d'une d'épistémologie féministe, par exemple. Or il est également intéressant de voir comment les utilisateurs de ce blogue s'approprient en quelque sorte les principes et pratiques du point de vue situé, qui est pourtant une théorie aux origines marxistes et ensuite féministes (Harding, 2003), alors que cette communauté est foncièrement «antisocialiste» et «antiféministe». En effet, seuls les hommes définis «biologiquement» peuvent participer à ces forums, puisqu'il y est question de leurs propres expériences communes en

tant qu'hommes cisgenres. Par ailleurs, cette communauté développe des pratiques de non-mixité pour constituer de nouveaux savoirs situés en tant qu'homme «marginalisé» dans une société «dominée» par les femmes et les féministes. Ainsi, ces manières de gérer les interactions numériques sur le blogue ont ironiquement plusieurs similitudes avec les pratiques militantes du mouvement féministe en ce qui a trait à une prise de conscience commune en situation de non-mixité pour assurer un maximum de sécurité et d'émancipation aux participantes marginalisées (dans un *safe space*).

Considérant qu'une ethnographie du virtuel doit être accompagnée d'autres instruments de collecte de l'information, cette étude de cas est également conduite par une analyse de contenu de différents articles en procédant par mots-clés sur trois mois entre le 1^{er} octobre et le 31 décembre 2016. Cette période d'enquête correspond notamment à la campagne et à l'élection de Donald Trump, un événement qui peut être interprété comme une importante victoire symbolique pour les auteurs du site si l'on prend acte de l'opposition de nombreuses militantes féministes à son élection après plusieurs commentaires et comportements misogynes du candidat vainqueur. L'échantillon de cette analyse de contenu est composé de 600 commentaires par mots-clés afin de voir dans quelle mesure la grammaire idéologique développée par les auteurs du blogue est reprise par leurs lecteurs. Il conviendra enfin de mener une analyse plus qualitative de quelques articles qui figurent dans la liste des 35 articles les plus importants du site, et d'articles réflexifs comme «The type of man who reads *Return of Kings*» et «The most important concepts the manosphere taught me» et des commentaires qui y sont associés. Ainsi, cette communauté virtuelle se construit autour de trois éléments: le principe du «*safe space*», renforcé par la construction d'ennemis

communs mus par une volonté de censure, et la construction d'une grammaire symbolique et textuelle commune.

11.3.1 / **Un *safe space* pour revendiquer le «retour» à une société patriarcale**

Le blogue *Return of Kings* agit en tant que «*safe space*», de telle sorte que cette communauté virtuelle s'est approprié une pratique propre aux mouvements féministes et LGBTQIA+³. Cette pratique d'espaces positifs et sécurisés a pour but l'*empowerment* et la constitution de solidarités pour résister à des expériences de marginalisation et d'oppression communes. Ainsi, les personnes se reconnaissant comme masculinistes ou antiféministes interagissent virtuellement en toute sécurité, puisque tous les propos émis par des avatars féminins sont proscrits, alors que la plupart des commentaires allant à l'encontre de leur idéologie ou nétiquette sont supprimés. Tandis que le blogue est conçu comme un *safe space* protégé de ses détracteurs, la page Facebook du site constitue un espace secondaire de partage. En effet, même si cette page comptait 14 379 abonnés le 17 mars 2017, d'octobre à décembre 2016, les publications quotidiennes d'articles du blogue sur cette page provoquaient en moyenne seulement 15 réactions⁴ et 2 commentaires. Les publications étaient aussi très peu partagées, puisque pour les 165 articles publiés sur la page pendant ces 3 mois, on ne comptait que 151 partages.

Du côté du site, ces mêmes articles suscitent en moyenne 250 commentaires par article. Cela peut s'expliquer par une opposition entre le principe de *safe space* sur lequel est construit le blogue et la fonction de «communication de masse à propos de soi» (*mass self-communication*) des médias sociaux (Castells, 2009, p. 55), dont les principes

sont une logique essentielle à Facebook (van Dijck, 2013, p. 51). Selon van Dijck, les médias sociaux, et particulièrement Facebook, constitueraient une scène pour fabriquer une image de soi et la populariser au-delà des cercles des amis proches en publiant des informations plus ou moins personnelles. En ce sens, partager une publication n'est pas seulement un moyen de propager une information, cela peut constituer un acte d'expression publique qui peut avoir plus ou moins de signification selon les personnes. Partager du contenu politique sur son profil n'est donc pas un acte anodin, d'autant plus lorsqu'il s'agit d'articles jugés «politiquement incorrects». Aussi, l'anonymat n'est pas garanti sur Facebook, contrairement à d'autres médias sociaux ou forums de discussion. Cette sous-utilisation de l'outil Facebook correspond à une prise de position du site présentée dans l'article du 17 novembre 2016 et intitulé «5 Reasons why you should stop using Facebook⁵». En effet, il y a un plus fort contrôle de l'espace commentaire du blogue par rapport à Facebook. D'une part, les commentaires sont assez rares sur la page Facebook et, d'autre part, le niveau de contrôle est plus faible sur cette plateforme. Puisque les commentaires sont rares sur la page Facebook et que le niveau de contrôle de cette plateforme est plus faible, on peut plus facilement y observer des commentaires contre les articles et le site, alors que ce même type de remarques se retrouve rarement dans l'espace commentaire du blogue. Cet espace permet donc aux sympathisants du blogue de développer de longs argumentaires sans rencontrer d'opposition à leurs principes de base.

La notion de *safe space* se retrouve même au sein des principes mobilisateurs des activités de revendication de la communauté de *Return of Kings*. Les rencontres prévues le 6 février 2016 pour discuter de la légalisation du viol sur une propriété privée ont rapidement pris un caractère secret en raison des fortes protestations contre leur tenue.

L'événement avait pour but de favoriser des rencontres hors ligne avec des personnes (hommes) partageant un ensemble de valeurs similaires tout en ayant plus ou moins le même contrôle sur la participation aux discussions. La majorité des rassemblements transnationaux prévus a été annulée en raison d'une forte mobilisation de groupes féministes et citoyens opposés à ces rencontres quelque peu clandestines, puisqu'il fallait un mot de passe pour y accéder («Pourriez-vous m'indiquer où je pourrais trouver une animalerie ouverte?»). On observe donc un désir de rencontrer d'autres membres de la communauté virtuelle en toute quiétude et de partager ses idées au-delà des frontières spatio-temporelles du cyberspace. Par ailleurs, l'opposition massive aux rencontres intimes entre initiés de la communauté de *Return of Kings* a renforcé la thèse selon laquelle le mouvement masculiniste serait opprimé au sein de la société occidentale et que les espaces non mixtes sont nécessaires pour protéger les défenseurs des droits masculins et les hommes de manière générale: «*The world is moving against us*» (Valizadeh, 2016).

Cet exemple montre également les limites de la démarche de la netnographie comme méthode de recherche, considérant que cette dernière doit être complémentaire à d'autres stratégies de vérification empirique. Ainsi, cette méthode doit souvent être accompagnée d'observation en situation pour analyser le continuum entre les interactions sociales en ligne comparativement à hors ligne. De plus, une observation participante aurait permis de comprendre comment les relations virtuelles d'une communauté peuvent se concrétiser lors de rencontres réelles. Malheureusement, cet événement aurait été impossible à observer sans rencontrer des problèmes éthiques et pratiques majeurs. À partir d'une objectivation méthodologique, il aurait été impossible d'obtenir un accord des participants pour les observer sans recourir à la

dissimulation, voire à l'instrumentalisation d'un chercheur de sexe masculin, considérant que nous sommes toutes des chercheuses et des féministes pour certaines. Cet enjeu du consentement se manifeste également pour d'autres méthodes d'enquête dans les contextes en ligne et hors ligne. Pour étudier cette communauté virtuelle, il aurait pu être pertinent de réaliser des entretiens électroniques ou de diffuser un questionnaire auprès des lecteurs du blogue via le site lui-même. Cette dernière manière de faire aurait pu être envisagée sous certaines conditions, étant donné qu'un questionnaire permettant de circonscrire le profil de ses usagers peut s'avérer intéressant pour un gestionnaire de site Internet. Or cette démarche entreprise par des chercheuses n'aurait pas eu de chances d'aboutir dans ce cas-ci, en raison de la défiance profonde manifestée envers les universitaires, catégorisés comme des «bien-pensants» de la rectitude politique (*social justice warriors*), et envers les capacités intellectuelles des femmes, sans oublier un rejet total des études féministes (*gender studies*). En dépit de ses limites, la netnographie semble ainsi être l'une des seules méthodes pouvant contribuer à une analyse empirique d'une communauté virtuelle non inclusive.

11.3.2 / Une dénonciation récurrente de la censure et le paradoxe de la victimisation

La censure dont serait victime le mouvement masculiniste serait, selon les utilisateurs du site *Return of Kings* et d'autres sympathisants de la droite alternative, l'une des plus grandes menaces à la liberté d'expression. En effet, 15,5% des articles du corpus étudié sont consacrés aux ennemis de la communauté (libéraux, «gauchistes», féministes, guerriers de la justice sociale, etc.) et à la censure des idées masculinistes dans les médias traditionnels. Il s'agirait d'une «guerre de propagande» qu'il faudrait gagner (article du 22 novembre 2016), ce qui

explique en partie le nombre grandissant de médias alternatifs et une certaine ère de la post-vérité où les faits objectifs ont moins d'influence que les opinions personnelles (rumeurs) et l'appel aux émotions (réactions irrationnelles). Pour contrer cette propagande réalisée par les médias de masse au profit du libéralisme et du multiculturalisme, le site propose des modes d'emploi pour réfuter les arguments des «gauchistes» («How to defeat leftist in debates or Ten ways to fight back against feminism»). Ce thème est deux fois plus présent en novembre qu'en décembre 2016, avec 10 articles consacrés à la censure et à ses conséquences pour les «hommes». Cela s'explique par le fait que le contenu du site *Return of Kings* est intimement lié à la campagne présidentielle aux États-Unis, les utilisateurs du blogue soutenant ouvertement le candidat républicain Donald Trump. De façon générale, les moqueries à l'égard de Donald Trump effectuées par les médias traditionnels, les intellectuels et de nombreuses personnalités publiques refléteraient la censure dont ces hommes seraient eux-mêmes victimes dans une société dogmatique au sujet du politiquement correct.

Cette identification est d'autant plus importante que l'élection de Donald Trump a eu une incidence très importante sur le blogue et son écosystème, en lui procurant notamment une validation des idées défendues depuis 2012: «[F]or now, for the first time in more than 50 years, we are winning the culture war» («The only strategy that could have stopped Donald Trump»). Par ailleurs, Donald Trump est considéré par les membres de cette communauté virtuelle comme un modèle à suivre en étant l'étendard d'un ras-le-bol collectif contre l'*establishment* et les valeurs qui défendent et légitiment ses acquis sociaux, politiques et économiques: «*Trump is more than a man. Trump is an idea. He is the avatar of discontent of all those opposed to progressive ideology*» («The only strategy that

could have stopped Donald Trump»). De plus, une victoire de Trump signifie pour eux une victoire du patriarcat (après le *#pussygate*⁶), et celle-ci est d'autant plus marquante quand on se place du point de vue d'une «masculinité opprimée»:

We now have a President who will not encourage anti-male propaganda, rape culture, and female victimhood. While I do have minor concerns on the influence of his feminist-minded daughter, Ivanka, Trump will not continue the attack on men that has been institutionalized since the sexual revolution and accelerated during the eight years of Obama. Because our current cultural dystopia is the result of intense long-term manipulation, it is more than enough for Trump to simply not touch the gender issue to allow the culture to return to a more patriarchal order («What Donald Trump victory means for men»).

Cette analyse appuie l'idée d'Inglehart et Norris (2015) selon laquelle le succès du populisme procède en partie d'un retour de flamme des valeurs postmatérialistes. Pour compléter cette étude et vérifier le lien entre cet argument culturel et des arguments de type économique et social, il faudrait être en mesure de développer le portrait socioéconomique des utilisateurs de *Return of Kings* à partir de métadonnées, ce qui n'a pas été fait dans cette étude de cas. Enfin, il existe des liens tangibles entre l'administration de Donald Trump et la nébuleuse de la droite alternative observable dans le cyberspace. En effet, le président américain a nommé comme haut conseiller à la Maison-Blanche Steve Bannon, qui était le président exécutif du site controversé *Breitbart*, considéré comme principal acteur médiatique de cette «droite alternative». Ces médias alternatifs sont également des forces relais d'un certain

sentiment de victimisation en tant que groupe social marginalisé, celui des hommes blancs, cisgenres et hétérosexuels devant les politiques de l'identité (*identity politics*). En effet, les membres de la communauté virtuelle du blogue *Return of Kings* sont un exemple probant d'un certain paradoxe de la victimisation. D'une part, ces utilisateurs seraient victimes de censures multiples en tant que masculinistes et du système politique lui-même, se targuant d'être les laissés-pour-compte de la mondialisation et de la modernité. D'autre part, les utilisateurs jugent sévèrement le processus de victimisation des activistes féministes en alléguant que les femmes se construisent continuellement en tant que victimes passives et dépourvues de toute agentivité. Il s'agit là d'un paradoxe transversal à l'ensemble du corpus étudié et au mouvement masculiniste dans sa généralité.

11.3.3 / **Un entre-soi renforcé par une grammaire commune**

Pour étudier une communauté virtuelle sans le consentement de ses membres, il est possible d'agréger les données en garantissant l'anonymat par une analyse de contenu quantitative avec différents logiciels statistiques. Ce type d'outil permet de faire ressortir des récurrences de mots dans les articles et leurs commentaires afin de comparer les résultats pour vérifier si les mots et les expressions utilisés dans les articles sont repris dans les commentaires. Cependant, de telles analyses quantitatives sont loin d'être suffisantes pour comprendre les dynamiques du langage partagé par les membres de la communauté virtuelle. Cette grammaire commune a donc pour finalité de pouvoir se reconnaître mutuellement en tant que groupe défini par une certaine identité collective, tout en se différenciant des autres groupes sociaux. Si on retrouve effectivement des concepts forgés par les articles en

commentaires, comme les mêmes manières de désigner leurs adversaires, il est nécessaire de comprendre l'utilisation de ces mots dans le contexte au sein duquel ils sont employés.

Ainsi, le contexte est l'élément incontournable pour analyser de telles interactions numériques et leurs constructions de sens. Les articles et les commentaires reprennent par exemple constamment la métaphore des pilules rouges et bleues issue du film *La matrice* de 1999, qui reprend l'allégorie de la caverne de Platon. Cette comparaison, très utilisée au sein des sites de la manosphère, inciterait les hommes à sortir d'une illusion systémique qui aveuglerait la société (le féminisme) pour se confronter à une vérité révélée désagréable aux premiers abords. Elle sert à opposer les membres de la communauté qui auraient choisi la pilule rouge du masculinisme aux autres, c'est-à-dire tous ceux qui auraient préféré la sécurité et le confort de l'ignorance du monde actuel⁷.

Par ailleurs, les différences d'usage et de connotation de ces termes peuvent être analysées et recontextualisées avec l'aide de sites comme *Urban Dictionary*, qui proposent différentes définitions forgées par les internautes eux-mêmes et classées selon un système de vote. Ce système de catégorisation du vocabulaire émergeant plus rapidement dans le cyberspace permet parfois de mettre en exergue les luttes de sens autour de ces notions, comme c'est le cas par exemple pour les termes «*social justice warrior*» et «*cuckservative*⁸», deux termes très fréquemment utilisés au sein du blogue pour désigner les ennemis de la communauté. On observe ainsi la formation et l'entretien d'une communauté virtuelle avec ses propres codes culturels, qui peuvent créer de la connivence et un sentiment d'entre-soi avec un vocabulaire et une grammaire de références, de mêmes et de concepts spécifiques qui évoluent en interaction constante avec les autres réseaux

du cyberspace. Finalement, cette communauté se renforce aussi par une construction très marquée de l'adversité, de l'altérité et d'ennemis communs qu'il convient de resituer au sein des différents clivages qui traversent le cyberspace et la réalité matérielle.

11.4 / Quelques pistes de réflexion pour l'étude de communautés virtuelles

L'observation du blogue *Return of Kings* telle que proposée dans ce chapitre permet de mieux appréhender les enjeux méthodologiques et éthiques du cyberspace. De plus, cette recherche empirique par l'intermédiaire d'une adaptation de l'ethnographie classique au terrain du cyberspace montre les nombreuses subtilités des différentes couches du cyberspace, soit les niveaux individuel, réticulaire et informationnel pour ce chapitre. Par conséquent, ce chapitre permet de répondre à deux questions du livre, soit celle des changements sociaux induits par l'arrivée, puis celle de l'omniprésence du cyberspace dans les sociétés occidentales et la modification de la recherche par le cyberspace. Par l'adaptation de méthodes traditionnelles d'enquête comme l'ethnographie, l'observation *in situ* s'élargit au contexte *in sillico* du terrain numérique. En ce sens, le cyberspace est un lieu où se développent de nouvelles pratiques et de «nouveaux objets mouvants, complexes et interreliés», qui doivent être accompagnés d'une réflexion méthodologique (Boulaire, Hervet et Graf, 2013, p. 253), puisque «la maîtrise de moyens techniques, même très sophistiqués, ne conduit pas nécessairement le chercheur à mieux comprendre son objet d'étude» (Jeffrey, 2005, p. 146). Il faut également éviter le piège d'une trop grande fascination pour la méthode numérique pouvant détourner les chercheurs de leurs priorités lors de la poursuite de leur recherche en ligne (Tulbure, 2011). Il ne

faut pas surestimer les possibilités de la recherche en ligne et il faut encore moins la considérer comme une fin en soi, à moins d'en faire l'objet de la recherche. À cet égard, les recherches en ligne ne font pas exception à la nécessité de triangulation et de saturation des données.

Malgré cette nouveauté relative, l'étude du cyberespace ne doit pas devenir du fétichisme méthodologique et ne doit pas devenir une fin en soi. Au contraire, la méthodologie et le choix même d'un terrain virtuel doivent être parfaitement adaptés à la problématique et à l'objet abordés. En ce qui concerne notre étude de cas, il s'agissait d'observer la manière dont des idées réprimées au sein de l'espace public pouvaient être amenées à se développer au sein d'une communauté virtuelle. Peu de terrains auraient été aussi pertinents pour comprendre, par exemple, les sentiments de censure et de frustration envers les médias traditionnels et les intellectuels qui nourrissent la montée du populisme. La créativité méthodologique rendue possible par le cyberespace doit ainsi servir la problématique et rendre compte de la spécificité de l'objet en question. Ainsi, la collecte de l'information, qu'elle soit qualitative ou quantitative, doit toujours s'accompagner d'une réflexion méthodologique. Pour analyser une communauté virtuelle antiféministe, nous avons en ce sens montré qu'une analyse de récurrence de mots nécessitait aussi une compréhension fine du contexte du cyberespace, de ses règles et de sa terminologie. Une telle (re)contextualisation peut permettre entre autres de mieux comprendre les relations qu'entretient un réseau numérique donné avec d'autres du cyberespace sur les plans de leur interconnectivité et de leur intersubjectivité.

L'étude du blogue masculiniste *Return of Kings* a, par ailleurs, permis de rendre plus concrètes un certain nombre de considérations éthiques propres à la recherche en ligne. Suivant Lotz et Ross (2004), nous avons ciblé et développé

trois aspects sur lesquels l'éthique de la recherche en ligne diffère fondamentalement de celle de la recherche hors ligne: la perception de l'intimité, le choix entre l'obtention du consentement et l'observation non déclarée, et l'équilibre à trouver entre l'anonymat et l'accès ouvert aux informations. Précisément, nous avons montré la difficulté d'opérer une distinction claire entre les espaces privés et les espaces publics. Nous avons aussi, en lien avec la question de l'obtention du consentement, fait état du débat entourant l'observation passive non déclarée (*lurking*). Enfin, nous avons souligné la possible insuffisance des protections usuellement offertes pour préserver l'anonymat des participants dans des contextes de recherche en ligne en raison, notamment, de l'accessibilité et de la traçabilité des contenus et des personnes, de la possibilité de recouper des informations et de la difficulté d'assigner la propriété des contenus, puis nous avons relevé des mesures de protection plus avancées à privilégier selon les contextes.

Les trois aspects ci-mentionnés sont tous exemplifiés par l'étude de la communauté virtuelle retenue pour les fins de ce chapitre. D'abord, comment approcher un blogue tel que *Return of Kings*? S'agit-il d'un espace clairement public ou privé? Quelles en sont les normes en matière d'intimité et de déplacement des contenus s'y trouvant? Quels effets anticiper du fait de l'amplification possible de la publicité du blogue du fait de la recherche? De prime abord, la question de l'intimité ne se pose pas comme enjeu évident pour l'étude de ce blogue, considérant son accessibilité et la taille de son lectorat. Or certains éléments tels que le fait que le blogue se présente comme un «*safe space*» pour les personnes se reconnaissant comme masculinistes ou antiféministes ou encore le fait que l'activité soit beaucoup plus importante sur le blogue lui-même que sur la page Facebook et le compte Twitter de cette communauté amènent à nuancer cette impression. Il apparaît en effet, à

la lumière des faits mentionnés, que les responsables et les lecteurs du blogue le considèrent comme un espace relativement fermé, ou du moins comme un espace à l'intérieur duquel ils sont plus libres d'échanger et de formuler des propos ailleurs considérés comme politiquement incorrects ou sévèrement jugés, voire réprimés. Quoique l'appellation *safe space* et les considérations conséquentes soient contestables pour un espace de cette nature, l'analyse s'est tout de même limitée au contenu des billets publiés et à une mise en exergue des mots et expressions utilisés de façon récurrente dans les discussions de la section commentaires, afin d'éviter une analyse directe et intrusive.

Ces choix ont par ailleurs pour conséquence d'amoindrir les risques liés à l'anonymat des personnes. Dans ce cas précis, les lecteurs du blogue publiant des commentaires ne sont pas directement observés ni même cités; seuls les billets le sont et seuls des mots et des expressions utilisés de façon récurrente font l'objet d'une analyse. Il n'y a aucune citation directe, même anonymisée, de commentaires effectués par des utilisateurs du site. Bien sûr, même si les risques et les torts possibles ne sont pas considérables, il demeure possible de retracer des commentaires contenant lesdits mots et expressions et de les lier à des personnes ou à des avatars, et il n'est pas non plus écarté que la recherche amène une plus grande visibilité aux billets analysés et donc aux utilisateurs ayant émis des commentaires. Toutefois, plus délicat encore fut le choix de ne pas déclarer l'observation et, conséquemment, de ne pas demander le consentement des responsables et des utilisateurs du blogue. Ce choix se justifie difficilement au regard des normes et des attentes ci-mentionnées et des débats existants à ce sujet dans la littérature spécialisée. Par contre, des considérations d'ordre pratique l'expliquent. Simplement, l'observation et l'analyse nous auraient

autrement été impossibles en tant qu'universitaires, femmes et, pour certaines, ouvertement féministes ou encore membres des communautés LGBTQIA+. Selon sa nétiquette et le contenu des billets publiés analysés, le blogue *Return of Kings* est non seulement ouvertement et explicitement antiféministe, il montre aussi une certaine méfiance, voire une hostilité, envers les femmes dans des rôles non traditionnels, les minorités sexuelles et les universitaires.

Finalement, la pertinence de l'ethnographie virtuelle comme méthode de recherche dans le terrain du cyberspace est qu'elle permet d'étudier des communautés virtuelles difficilement accessibles dans la réalité matérielle tout en posant son lot d'enjeux sur les plans de la confidentialité, de l'intimité et du consentement. En outre, il importe de s'interroger sur les pratiques et les outils méthodologiques pour appréhender le cyberspace tels que la netnographie, en étant sensible aux enjeux éthiques survenant par cet élargissement du terrain de recherche dans les dimensions du virtuel. Ce dernier s'élargit «aux milieux et situations dans lesquels les conditions de la recherche s'élaborent et se développent au fil des années avec leur part d'opportunités et de contraintes» (Siméant, 2012, p. 121), d'autant plus «qu'Internet offre aux chercheurs qualitatifs un potentiel créatif en raison de sa dispersion géographique, de sa multimodalité et de sa chronomalléabilité» (Guillemette, Luckerhoff et Guillemette, 2011, p. 80). Or les recherches qualitatives en sciences sociales et en science politique éprouvent encore des difficultés quant à l'adaptation de la recherche via Internet (Blank, 2008, p. 548), de telle sorte que davantage d'outils de collecte de l'information et de traitement des données numériques doivent être développés. Bref, ce chapitre avait pour objectif de répondre à une importante lacune scientifique dans la littérature sur le phénomène du cyber,

soit une certaine absence de réflexions et de débats sur les techniques de traitement de données issues du terrain virtuel à des fins de théorisation.

Bibliographie

- BAKARDJIEVA, M. et A. FEENBERG (2000). «Involving the virtual subject», *Ethics and Information Technology*, vol. 2, n° 4, p. 233-240.
- BARNES, S.B. (2004). «Issues of attribution and identification in online social research», dans M.D. Johns, S.S. Chen et G.J. Hall (dir.), *Online Social Research: Methods, Issues, and Ethics*, New York, Peter Land, p. 203-222.
- BASSETT, E.H. et K. O'RIORDAN (2002). «Ethics of Internet research: Contesting the human subjects research model», *Ethics and Information Technology*, vol. 4, p. 233-247.
- BEAULIEU, A. et A. ESTALELLA (2012). «Rethinking research ethics for mediated settings», *Information, Communication & Society*, vol. 15, n° 1, p. 23-42.
- BLANK, G. (2008). «Online research methods and social theory», dans N. Fielding, R.M. Lee et G. Blank (dir.), *The SAGE Handbook of Online Research Methods*, Londres, Sage Publications, p. 537-549.
- BOKOVA, I. (2016). «Avec le numérique, nous sommes rentrés dans une nouvelle civilisation», dans D. Vinck (dir.), *Humanités numériques: la culture face aux nouvelles technologies*, Paris, Le Cavalier bleu, p. 17.
- BOULAIRE, C., G. HERVET et R. GRAF (2013). «Déambulation et cueillette dans le bois digital de YouTube: construction d'une approche spatiale et narrative de la recherche», *Recherche qualitative*, vol. 32, n° 2, p. 252-274.
- CARDON, D. (2008). «Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0», *Réseaux*, vol. 26, n° 152, p. 93-137.
- CARDON, D. et H. DELAUNAY-TÉTÉREL (2006). «La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leur publics», *Réseaux*, vol. 24, n° 138, p. 15-71.
- CASTELLS, M. (2009). *Communication Power*, Oxford, Oxford University Press.

- CHOPIN, A. (2011). «Qu'est-ce qu'un mème?», *Espace numérique de Science Po*, <<http://espace-numerique.fr/quest-ce-quun-meme/>>, consulté le 15 août 2017.
- DAWKINS, R. (1989). *Le gène égoïste*, 2^e édition, Paris, Odile Jacob.
- DENZIN, N. (1999). «Cybertalk and the method of instances», dans S. Jones (dir.), *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, Thousand Oaks, Sage Publications, p. 107-126.
- DEVREUX, A.-M. (2004). «Les résistances des hommes au changement social: émergence d'une problématique», *Cahiers du genre*, vol. 36, n° 1, p. 5-20.
- DUPUIS-DÉRI, F. (2009). «Le "masculinisme": une histoire politique du mot (en anglais et en français)», *Recherches féministes*, vol. 222, p. 97-123.
- DUPUIS-DÉRI, F. (2012). «Le discours de la "crise de la masculinité" comme refus de l'égalité entre les sexes: histoire d'une rhétorique antiféministe», *Recherches féministes / Cahiers du genre*, vol. 25, n° 1, p. 89-109.
- DUPUIS-DÉRI, F. et M. BLAIS (dir.) (2015). *Le mouvement masculiniste au Québec: l'antiféminisme démasqué*, Montréal, Les Éditions du remue-ménage.
- EICHHORN, K. (2001). «Sites unseen: Ethnographic research in a textual community», *Qualitative Studies in Education*, vol. 14, n° 4, p. 565-578.
- ESS, C. et ASSOCIATION OF INTERNET RESEARCHERS (2002). «Ethical decision-making and Internet research: Recommendation for the AOIR ethics working committee», *Ethics Guide*, 27 novembre, <<http://aoir.org/reports/ethics.pdf>>, consulté le 15 août 2017.
- EYNON, R., J. FRY et R. SCHROEDER (2008). «The ethics of Internet research», dans N. Fielding, R.M. Lee et G. Blank (dir.), *The SAGE Handbook of Online Research Methods*, London, Sage Publications.
- GRANJON, F. (2012). *Reconnaissance et usages d'Internet. Une sociologie des pratiques de l'informatique*, Paris, Presses des Mines.
- GUILLEMETTE, M., J. LUCKERHOFF et F. GUILLEMETTE (2011). «Les entretiens de groupe en ligne», *Recherche qualitative*, vol. 29, n° 3, p. 79-102.
- HANLEY, T. (2011). «Virtual data generation: Qualitative research, computers and counselling psychology», *Counselling Psychology Review*, vol. 26, n° 4, p. 59-69.

- HARDING, S. (dir.) (2003). *The Feminist Standpoint Theory Reader*, New York, Routledge.
- HENDERSON, M., N.F. JOHNSON et G. AULD (2013). «Silences of ethical practice: Dilemmas for researchers using social media», *Educational Research and Evaluation*, vol. 19, n° 6, p. 546-560.
- HINE, C. (2000). *Virtual Ethnography*, London, Sage Publications.
- HOPKINS, J. (2009). «Blogging field notes: Participatory innovation or methodological dead end?», *Australian and New Zealand Communication Association Conference*, QUT, Brisbane.
- IGNAZI, P. (2000). *L'estrema destra in Europa*, Bologna, Il Mulino.
- INGLEHART, R.F. et P. NORRIS (2015). «Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash», *Faculty Research Working Paper Series*, Cambridge, Harvard University.
- JACCOUD, M. et MAYER, R. (1997). «L'observation en situation et la recherche qualitative», dans Poupart, J. et al. (dir.), *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Montréal, Gaëtan Morin éditeur, p. 211-249.
- JEFFREY, D. (2005). «L'éthique de la rencontre en recherche qualitative», dans Jeffrey D. et M. Maffesoli (dir.), *La sociologie compréhensive*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 145-160.
- KITSCHOLT, H. (1996). *The Radical Right in Western Europe*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- KOZINETS, R.V. (2002). «The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities», *Journal of Marketing Research*, vol. 39, n° 1, p. 61-72.
- LAFLAMME, S. et S. LAFORTUNE (2006). «Utilisation d'Internet et relations sociales», *Communication*, vol. 24, n° 2, p. 97-128.
- LANGER, R. et S.C. BECKMAN (2005). «Sensitive research topics: Netnography revisited», *Qualitative Market Research*, vol. 8, n° 2, p. 189-203.
- LATZKO-TOTH, G. et M. PASTINELLI (2013). «Par-delà la dichotomie public/privé: la mise en visibilité des pratiques numériques et ses enjeux éthiques», *Tic & société*, vol. 7, n° 2, p. 148-175.

- LOTZ, A. D. et S. M. ROSS (2004). «Toward ethical cyberspace audience research: Strategies for using the internet for television audience studies», *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 48, n° 3, p. 501-512.
- MADGE, C. (2007). «Developing a geographer's agenda for online research ethics», *Progress in Human Geography*, vol. 31, n° 5, p. 654-674.
- MANN, C. et F. STEWART (2000). *Internet Communication and Qualitative Research: A Handbook for Researching Online*, Thousand Oaks, Sage Publications.
- MARKHAM, A. (2012). «Fabrication as ethical practice», *Information, Communication & Society*, vol. 15, n° 3, p. 334-353.
- MARKHAM, A. et E. BUCHANAN (2012). *Ethical Decision-Making and Internet Research: Recommendations from the AOIR Ethics Working Committee*.
- MATHIEU, C. et H. STERDYNIK (2009). «La globalisation financière en crise», *Revue de l'OFCE*, n° 110, p. 13-73.
- MORROW, O., R. HAWKINS et L. KERN (2015). «Feminist research in online spaces», *Gender, Place & Culture*, vol. 22, n° 4, p. 526-543.
- MURTHY, D. (2008). «An examination of the use of new technologies for social research», *Sociology*, vol. 42, n° 5, p. 837-855.
- NARAYANAN, A. et V. SHMATIKOV (2009). «De-anonymizing social networks», conférence présentée au 30th IEEE Symposium on Security and Privacy.
- NISSENBAUM, H. (2004). «Privacy as contextual integrity», *Washington Law Review*, vol. 79, p. 119-158.
- NISSENBAUM, H. (2010). *Privacy in Context: Technology, Policy, and the Integrity of Social Life*, Stanford, Stanford University Press.
- NORRIS, P. (2005). *Radical Right. Voters and Parties in the Electoral Market*, Cambridge, Cambridge University Press.
- NORRIS, P. et R.F. INGLEHART (2016). «Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash», *Faculty Research Working Paper Series*, Cambridge, Harvard University.
- PACCAGNELLA, L. (1997). «Getting the seats of your pants dirty: Strategies for ethnographic research on virtual communities», *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 3, n° 1, p. 1-18.

- PASTINELLI, M. (2011). «Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel! Des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne», *Anthropologie et sociétés*, vol. 35, n^{OS} 1-2, p. 35-52.
- PATEMAN, C. (1989). «Feminist critiques of the public/private dichotomy», dans C. Pateman, *The Disorder of Women*, Stanford, Stanford University Press, p. 118-140.
- RETURN OF KINGS (s. d.). «About», *Return of Kings*, <<http://www.returnofkings.com/about>>, consulté le 15 août 2017.
- ROSENBERG, A. (2010). «Virtual world research ethics and the private/public distinction», *International Journal of Internet Research Ethics*, vol. 3, n° 1, p. 23-37.
- SCHAAP, F. (2002). *The Words that Took us There: Ethnography in Virtual Ethnography*, Amsterdam, Aksant Academic Publishers.
- SIMÉANT, J. (2012). «Localiser le terrain de l'international», *Politix*, vol. 100, n° 4, p. 129-147.
- SOLLBERGER JEOLÁS, L. (2008). «Les courses illégales de voitures: le cyberspace comme terrain ethnographique», *Altérités*, vol. 5, n° 1, p. 54-64.
- SVENINGSSON ELM, M. (2009). «How do various notions of privacy influence decisions in qualitative Internet research?», dans N. Markham et N.K. Baym (dir.), *Internet Inquiry: Conversations about Method*, Los Angeles, Sage Publications, p. 69-87.
- TULBURE, B.T. (2011). «A productive research environment for social scientists», *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, Séries VII: Sciences sociales. Loi, vol. 4, n° 1, p. 72-78.
- VALIZADEH, R. (2016). «Private meetups: Protocol to attend meetups that now have hidden meeting locations», 3 février, *Return of Kings*, <<http://www.returnofkings.com/79393/private-meetups-protocol-to-attend-meetups-that-now-have-hidden-meeting-locations>>, consulté le 15 août 2017.
- VAN DIJCK, J. (2013). *The Culture of Connectivity*, Oxford, Oxford University Press.
- WALTHER, J.B. (2002). «Research ethics in Internet-enabled research: Human subjects issues and methodological myopia», *Ethics and Information*

Technology, n° 4, p. 205-216.

ZIMMER, M. (2010). «But the data is already public: On the ethics of research in Facebook», *Ethics and Information Technology*, vol. 12, p. 313-325.

1 La «manosphère» est le cyberspace de référence des auteurs et de quelques commentateurs du blogue *Return of Kings*. On pourrait la définir comme un réseau informel de sites, de blogues ou de forums dédiés à divers enjeux masculins, comme la défense du droit des pères ou de la masculinité, avec des positions souvent (très) antiféministes.

2 La notion de «conquête» est utilisée ici pour renvoyer au caractère ethnocentriste, colonial et impérial de la méthode lors de ses débuts. Ces éléments sont d'ailleurs mieux expliqués dans le [chapitre 4](#) définissant le terrain en sciences sociales et politiques ainsi que ses variations depuis l'avènement du cyberspace.

3 L'acronyme réfère aux personnes lesbiennes, gaies, bissexuelles, trans (transidentitaires, transgenres et transexuelles), travesties, queer, intersexuées, asexuelles, alliées et autrement incluses dans la diversité sexuelle et de genre, ce qui comprend les personnes en questionnement.

4 Les réactions sont les notifications «J'aime», «J'adore», «Ouah», «Haha», «Triste» ou encore «Grr». Elles n'ont pas été différenciées pour l'analyse parce que la signification de ces réactions peut être ambiguë.

5 La censure est une des raisons évoquées.

6 Il s'agit d'un mot-valise ayant été repris dans les médias sociaux comme Twitter pour débattre des propos de Donald Trump tirés d'une vidéo où, en compagnie de Billy Bush, il affirme que la richesse et la célébrité donneraient de facto un accès privilégié au corps (sexuel) des femmes: «*when you're a star, they [women] let you do it, you can do anything... grab them by the pussy*».

7 Ils en font même des adjectifs axiologiques pour renforcer ce clivage: «*if you are red-pilled enough*», «*Red Pill knowledge and game*», «*blue-pilled mentality*», «*blue-pilled since infancy*»...

8 Pour certains, les *social justice warriors* sont un fléau omniprésent, pour d'autres, il s'agit d'un terme péjoratif utilisé pour dénigrer quiconque accuse des instances d'homophobie, de sexisme ou de racisme. On observe un plus fort clivage encore autour du terme *cuckservative*. Selon

la première définition du site, un *cuckservative* serait un conservateur qui aurait renié ses principes et sapé les intérêts et la culture de son pays pour obtenir un compromis avec d'autres partis. Selon la cinquième définition, le terme aurait été créé par des racistes cherchant à attaquer et à décrédibiliser des politiciens de centre-droit qui se prononcent en faveur de mesures de justice sociale. Voir <<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=cuckservative>> (consulté le 15 août 2017).

Conclusion

Hugo Loiseau, Elena Waldispuehl et Sabrina Dupéré

Le cyberspace accompagne nos vies, nos pratiques sociales et scientifiques depuis maintenant près de 20 ans. Il n'est donc pas surprenant de voir les individus et les collectivités s'adapter, se mouler autour, par et pour le cyber. Si bien qu'il est donc possible de parler de rupture entre le monde du hors ligne qui existait auparavant et le monde constamment en ligne qui existe désormais. Les différents chapitres de ce livre n'ont présenté que quelques aspects de la vie sociale et politique touchés par le phénomène cyber. De nombreux autres domaines sociaux, économiques, culturels et politiques sont ou seront certainement happés par la rupture qu'engendre le phénomène du cyber, tout comme de nouveaux questionnements et débats, de différentes natures, ressortiront assurément de cette rupture.

Les auteurs de ce livre se sont intéressés à quelques-uns des enjeux intellectuels que soulèvent les couches plus techniques du cyberspace, puis ont circonscrit quelques enjeux politiques et sociaux liés à l'omniprésence du cyberspace. Indéniablement, le cyberspace est en perpétuelles reconstruction et transformation. Il s'ajoute aux relations sociales hors ligne, qui sont elles aussi perpétuellement reconstruites. Cette double caractéristique pose de grands défis, et pas seulement méthodologiques, à l'étude du cyberspace comme espace social et politique. L'imbrication et l'hybridation complexe qui s'opèrent entre

le réel et le virtuel rendent l'analyse politique et sociale particulièrement intéressante, mais ardue. Les cadres théoriques et conceptuels doivent être adaptés à cette nouvelle réalité par l'appropriation des méthodes de recherche traditionnelles par ce phénomène. Cela peut se faire par un mouvement à double sens. D'une part, l'appréhension du cyber doit se faire par l'intermédiaire d'une gamme renouvelée d'outils et de méthodes plus aptes à l'étudier. D'autre part, ces outils 2.0 doivent également profiter des nouvelles capacités que leur offre le cyberspace pour se bonifier et ainsi découvrir de nouveaux aspects, dénicher de nouveaux comportements et observer de nouvelles pratiques sociales et politiques dans le cyberspace et sa périphérie.

Dès lors, ce livre se voulait plus une construction de sens et une théorisation du cyber qu'une vérification empirique à proprement parler. Les aspects méthodologiques et théoriques ont été centraux dans l'analyse, plus particulièrement dans la première partie de l'ouvrage. Les deux autres parties ont constitué un florilège éclectique des preuves des changements induits par le cyber. D'ailleurs, les trois grandes questions de l'ouvrage ont été abordées en tout ou en partie par l'ensemble des auteurs de ce livre. Premièrement, quels sont les changements sociaux induits par l'arrivée puis l'omniprésence du cyberspace dans les sociétés occidentales? Les changements sociaux dus en tout ou en partie au cyber sont nombreux. Ce livre a exposé des changements dans l'expression des groupes aux idées et aux propositions radicales, dans les publicités des partis politiques fédéraux au Canada, dans l'explosion de la production de vidéos en ligne à caractère politique ou non, dans la récupération des possibilités du cyber par les groupes contestataires et même les États pour ce qui est de la surveillance de masse, par exemple. Même les villes et les phénomènes urbains ne sont plus les mêmes en raison

des effets pluriels du cyber, que ce soit sur les notions d'«espace» ou de «temporalité». En somme, presque toutes les dimensions de la vie politique et sociale sont affectées par le cyber.

Deuxièmement, la recherche en sciences sociales a-t-elle été modifiée par le cyberespace? Indubitablement, la recherche a été profondément bouleversée par le cyber. La naissance de nombreuses disciplines, sous-disciplines ou mouvements tels que les humanités numériques et les *Internet Studies* en est la preuve. Les cadres d'analyse des sciences sociales et politiques ont subi un aggiornamento qui a permis de rendre compte des nouvelles réalités sociales et politiques. L'ethnographie classique s'est vue muter en netnographie, la communication politique a connu un développement extraordinaire de son objet de recherche à cause du cyber, les études de la surveillance ont émergé et ont donné naissance à l'étude de l'économie politique des données, l'étude des mouvements sociaux et des répertoires d'actions collectives ont connu aussi un renouvellement fort important. La conceptualisation d'Internet et du cyberespace, au moyen des différentes couches et de leurs interactions, permet ainsi une meilleure représentation de cet objet et sa matérialisation dans de nouvelles disciplines.

Enfin, est-ce que le cyberespace a aussi entraîné des transformations majeures des méthodes de recherche des sciences sociales? La réponse est oui, puisque pour en rendre compte, selon les règles de l'art qu'impose la méthode scientifique, les méthodes et outils de recherche ont été forcément obligés de s'adapter aux objets contemporains. Un aperçu a été offert dans le deuxième chapitre en ce qui concerne l'observation documentaire. Non seulement cette méthode a été touchée, mais l'observation en général a été complètement revue pour profiter des possibilités et des caractéristiques du

cyberespace en matière de recherche. L'analyse de communautés aux idées anticonformistes, l'établissement de liens entre des vidéos en ligne (publicitaires ou non) et leurs éventuels effets politiques sont possibles. Par ailleurs, l'observation de la surveillance de masse sur les réseaux, qui est par nature cachée, a développé des outils d'observation et d'analyse spécifiques. La masse d'informations que génère le cyberespace et qui y est entreposée nécessite des analyses quantitatives facilitant les aperçus macroscopiques. Les quantitatifs du cyber ont aussi développé des outils appropriés comme des banques de données sur les mouvements sociaux et sur le vote électronique, pour ne donner que deux exemples présents dans ce livre.

La grande question qui demeure et qui mérite de s'y attarder est de savoir ou de comprendre pourquoi ce phénomène est si prégnant sur le plan de sa popularité (de plus en plus d'individus deviennent des internautes) et sur le plan de sa transversalité (de plus en plus de secteurs des sociétés sont touchés par la cybernétisation), alors que les risques et les menaces à la cybersécurité sont de plus en plus présents – et connus. Quels sont donc les avantages, réels ou apparents, dans l'usage d'Internet et de la pratique du cyberespace par rapport aux contraintes qui donnent une plus-value et une attractivité aussi grandes au cyber? De plus, depuis l'apparition puis l'intégration du cyberespace dans l'activité humaine, on remarque un déplacement et une transformation de certains phénomènes sociaux et politiques, mais également l'émergence de phénomènes nouveaux. Cela est-il dû, en partie du moins, à l'idée que le social généré par le cyberespace répond à des règles, voire des paramètres, souvent en décalage avec le social du monde «réel»? En quelques mots, est-ce que le rapport au temps, à l'espace et aux autres individus, qui est, semble-t-il, différent à

travers le prisme du cyberspace, pourrait être une réponse à ces questions?

Chose certaine, une première partie de réponse réside sans doute dans les capacités intrinsèques du cyberspace. En effet, le cyber permet de s'extraire des limites du réel. Le temps paraît plus court, voire instantané, dans le cyberspace. Les distances sont, elles aussi semble-t-il, réduites ou sans conséquence pour l'internaute. Nos rapports sociaux, médiés et accélérés par le cyberspace, se sont fluidifiés. Paradoxalement, Internet est hautement régulé et standardisé par les couches matérielle et logicielle pour pouvoir fonctionner et canaliser les données, mais le cyberspace qu'il crée en est un de grandes libertés de pensée et d'accès à l'information. D'un tronc commun favorisant l'interconnexion et l'intercommunication est né un espace social fertile en nouvelles pratiques, où la création et l'épanouissement de nouvelles communautés sont facilités, et où un espace social mondial émerge peu à peu. Pour preuve, les opinions publiques, souvent restreintes dans des espaces sociaux ou nationaux auparavant, en sont venues à former, grâce à la popularité des médias sociaux entre autres, une opinion publique mondiale. Celle-ci, qui n'est pas nécessairement le reflet exact de la somme de ce que pense la totalité des internautes, se perçoit comme une représentation déformée et amplifiée du réel, à l'instar de tout ce qui se retrouve dans le cyberspace.

Le cyberspace élargit donc les frontières spatiales de l'espace public sans toutefois transformer de manière durable la vie politique (Dahlgren et Relieu, 2000). Les utilisateurs d'Internet en tant que public opèrent un certain déplacement des rôles d'usage. Le cyberspace permet de passer d'un rôle passif d'utilisation vers un rôle actif où les internautes peuvent créer eux-mêmes du contenu et choisir les informations collectées et diffusées. Les principes

mobilisateurs du cyberspace favorisent ainsi la liberté d'expression en étant un laboratoire pour de nouvelles pratiques démocratiques. L'agentivité des internautes participe aux principes démocratiques en intégrant une pluralité de voix à des fins informatives tout en procédant à des «enquêtes factuelles de la vie sociétale» (Zask, 2008, p. 154). Le cyberspace représente un nouveau lieu de mobilisation et d'organisation de la protestation en utilisant cet espace virtuel à des fins politiques et militantes. Selon Greffet (2012, p. 79), la politisation du cyberspace «se présente en effet comme un ensemble d'espaces multiples d'information, de mobilisation, de débat, ou simplement de conversation, parfois agrégés entre eux». Ce phénomène d'un «Internet militant» se dissocie des sphères institutionnelles et des médias traditionnels pour ainsi créer de nouveaux espaces démocratiques (Greffet, 2012, p. 80).

Une deuxième partie de réponse se trouve dans le fait que le cyberspace transforme et multiplie l'identité et ses possibilités, qui se voient au-delà du corps physique de l'internaute. Étant un monde composé essentiellement de représentations mentales, notamment pour la couche sociale du cyberspace, la projection de la pensée à travers des idées, des images, des sons se matérialise, se concrétise, pour les membres de la communauté qui participent à la construction du cyberspace. La noosphère de Teilhard de Chardin (1955) prend forme. En fait, les couches sous-jacentes à la couche sociale permettent à cette dernière non seulement d'exister, mais surtout de s'épanouir par la traduction (l'encodage, pour être plus précis) des pensées et des volontés des internautes pour atteindre une diffusion massive et rapide. De plus, le cyber rend opaque, ce qui a pour corollaire, faux en grande partie, que dans ce nouvel espace tout est permis, qu'il n'y a pas de conséquences ou de sanctions inhérentes aux actions des internautes. L'opacité due au nombre, au relatif

anonymat des avatars et à la nature du réseau Internet, jumelée à ce sentiment d'invulnérabilité, désinhibe les comportements sociaux et politiques en ligne. Les normes sociales diffèrent donc dans le cyberspace et provoquent l'expression hétéroclite de la pensée des internautes, où se côtoient le meilleur et le pire. Simples, brutales, directes, brèves, à la véracité douteuse et «viralisées», telles sont devenues la communication et l'expression des idées dans le cyberspace.

Troisième élément de réponse, le cyber rend permanentes et accessibles des relations sociales et des projections de soi qui sont par nature éphémères ou transitoires. L'entreposage et l'archivage des informations de la couche informationnelle renversent le problème de la rareté de l'information et de son inaccessibilité pour la recherche. Toutefois, cet avantage s'est transformé en un problème différent de surabondance de l'information, tel que cela a été montré dans ce livre. Ainsi, l'usage de la couche logicielle, notamment avec les moteurs de recherche, s'immisce de façon obligatoire dans la recherche de l'aiguille dans la botte de foin. Les possibilités de recherche en sciences sociales et politiques s'approfondissent donc grâce à cette caractéristique. Le chercheur peut désormais observer des relations sociales qui se sont achevées depuis un certain temps, les (ré)observer à volonté le cas échéant et les diffuser dans les limites éthiques imposées par le protocole de recherche. L'observation est moins contrainte par la non-réitération des situations sociales. Autrement dit, le cyberspace est une mine d'or pour les praticiens des sciences sociales et politiques, pour autant qu'ils sachent comment l'exploiter.

Bien entendu, analyser un objet en perpétuel renouvellement n'est pas chose facile. Cela est d'autant plus vrai que la convergence d'Internet et du cyberspace va se poursuivre encore pendant quelques années avec

l'intégration de nouveaux internautes en Afrique et en Asie, pour réduire les effets de la fracture numérique notamment, mais aussi avec les nouvelles générations qui accapareront cet espace à leur façon. De nouvelles recherches sont donc nécessaires, notamment sur l'ampleur des changements sociaux provoqués par le cyber, afin d'approfondir les connaissances de la couche sociale du cyberspace. Pour ce faire, la théorisation du cyberspace sur les plans sociologiques, anthropologiques et politologiques sera à faire. Une voie que peut prendre cette élaboration se présente grâce à des analyses fondées sur les interactions entre les quatre couches qui composent le cyberspace et qui ont été présentées dans ce livre. Ainsi, déterminer comment des innovations technologiques des couches matérielle et logicielle vont affecter les couches sociale et informationnelle sera possible, tout comme seront réalisables des recherches portant sur les façons dont les individus et les collectivités récupèrent ces innovations et adaptent leurs comportements sociaux et politiques en leur fonction. En somme, il sera imaginable de concevoir comment tout converge entre le réel et le virtuel.

Bibliographie

- DAHLGREN, P. et M. RELIEU (2000). «L'espace public et l'Internet. Structure, espace et communication», *Réseaux*, vol. 18, n° 100, p. 157-186.
- GREFFET, F. (2012). «Le web dans la recherche en science politique. Nouveaux terrains, nouveaux enjeux», *Revue de la BNF*, n° 40, p. 78-83.
- TEILHARD DE CHARDIN, P. (1955). *Le phénomène humain*, Paris, Seuil.
- ZASK, J. (2008). «L'Internet, une invitation à repenser la distinction entre public et privé», *Cahiers Sens public*, vol. 3, n^{OS} 7-8, p. 145-158.

Notices biographiques

Adeline Branthonne

Adeline Branthonne est étudiante en doctorat en science politique à l'Université de Montréal, membre du Centre de recherche sur les politiques et le développement social (CPDS) et du Collectif de recherche interdisciplinaire sur la contestation (CRIC). Elle travaille sur les alliances au sein des mouvements de femmes et s'intéresse à l'utilisation des réseaux sociaux par les militants, et, de manière plus générale, à la façon dont les débats politiques se structurent au sein du cyberspace.

Sandra Breux

Sandra Breux est professeure-chercheure à l'Institut national de recherche scientifique – Centre Urbanisation Culture Société (INRS-UCS). Dans les dernières années, elle a développé un chantier de recherche sur l'échelle municipale canadienne au sein du Laboratoire sur les élections locales (LABEL, <<http://www.labelectionslocales.ca>>). Ses intérêts de recherche se concentrent tant sur la démocratie représentative municipale que sur le rôle du territoire sur les comportements individuels. Elle s'intéresse également aux notions de «projet urbain» et de «ville intelligente».

Emmanuel Choquette

Doctorant en science politique à l'Université de Montréal et boursier du Fonds de recherche du Québec – Société et culture (FRQSC), Emmanuel Choquette enseigne depuis 2009 la méthodologie et la vulgarisation des phénomènes politiques à travers la vidéo en ligne à l'École de politique appliquée de l'Université de Sherbrooke. Il a créé la plateforme PolitiqueAppliquée.TV

(<<http://www.politiqueappliquee.tv>>), qui comporte des vidéos étudiantes et professionnelles visant à expliquer certains concepts et réalités politiques parfois complexes. Ses champs d'expertise sont la communication politique, l'humour et le vivre-ensemble, ainsi que la politique canadienne et québécoise. Il intervient par ailleurs dans plusieurs médias (journaux, radio et télévision) à titre de politologue.

Jérôme Couture

Jérôme Couture (Ph. D. en science politique) est chercheur postdoctoral à l'INRS-UCS au Laboratoire sur les élections locales (LABEL). Il est actuellement récipiendaire d'une bourse postdoctorale du CRSH. Ses travaux portent principalement sur les élections à l'échelle locale. Ses recherches ont été publiées dans *European Journal of Public Health, Environment and Planning C: Government & Policy, Canadian Journal of Political Science* et *Canadian Journal of Urban Research*. Il est aussi coéditeur d'un ouvrage collectif portant sur la démocratie municipale au Canada, *Accountability and Responsiveness at the Municipal Level. Views from Canada*, qui sera publié au printemps 2018 chez McGill-Queen's University Press. Il enseigne la méthodologie de la recherche et les méthodes quantitatives depuis 2010 au Département de science politique de l'Université

Laval. Il a également été élu comme conseiller municipal pour deux mandats, de 2005 à 2013.

Jérémy Diaz

Jérémy Diaz est doctorant en études urbaines et touristiques à l'Université du Québec à Montréal. Géographe de formation, il s'intéresse, entre autres, à la manière dont les technologies de l'information et de communication influencent nos expériences matérielles, sociales et politiques de la ville. Actuellement, il mène un projet doctoral portant sur la façon dont les ateliers de fabrication numérique (FabLabs, Makerspace, Hackerspaces, etc.) à Barcelone participent à une émancipation des individus en leur fournissant des outils et des connaissances utiles pour fabriquer des objets adaptés à leurs besoins.

Sabrina Dupéré

Sabrina Dupéré est étudiante à la maîtrise en études politiques appliquées à l'Université de Sherbrooke et est également membre du Réseau intégré sur la cybersécurité (SERENE-RISC) financé par le fonds Réseaux de centres d'excellence du Canada. Son mémoire porte sur les tensions qui s'exercent entre la cybersécurité et l'approfondissement de la cybergouvernance au Canada, et ce, aux paliers provinciaux et fédéral. Le projet de recherche est appuyé par le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada. Elle s'intéresse également aux enjeux démocratiques liés au cyberspace ainsi qu'à la culture, aux idéologies et aux valeurs qui le définissent.

Nicole Goodman

Nicole Goodman est directrice du Centre for e-Democracy et professeure adjointe de science politique à Brock University. Ses recherches actuelles portent sur les conséquences de la technologie numérique sur les comportements politiques et sur les politiques publiques au Canada. L'analyse du vote en ligne est l'une de ses spécialités.

Hugo Loiseau

Hugo Loiseau est professeur agrégé à l'École de politique appliquée de l'Université de Sherbrooke depuis 2004. Il se spécialise, entre autres, dans les questions de cybersécurité et les enjeux politiques du cyberspace. Il enseigne la méthodologie de la recherche et les systèmes politiques d'Amérique latine. Il est membre du Réseau intégré sur la cybersécurité (SERENE-RISC) financé par le fonds Réseaux de centres d'excellence du Canada.

Charles-Antoine Millette

Charles-Antoine Millette est candidat au doctorat au Département de science politique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Il est également chercheur associé à l'Observatoire sur les États-Unis de la Chaire Raoul-Dandurand de l'UQAM et chercheur étudiant au Groupe de recherche en communication politique (GRCP) de l'Université Laval. Sa thèse porte sur l'américanisation de la publicité électorale négative télévisée au Canada entre 2004 et 2015. Depuis 2012, il enseigne la politique américaine et canadienne dans diverses antennes de l'Université du troisième âge (UTA) de l'Université de Sherbrooke. Ses champs d'intérêt sont la publicité politique négative, les études canadiennes

et québécoises, et les élections présidentielles américaines.

Myriam Morissette

Myriam Morissette est étudiante au doctorat au Département de science politique de l'Université de Montréal. Elle y coordonne le projet de recherche «La participation informelle: une voie alternative vers la participation politique?», qui s'intéresse à la montée des modes informels de participation et d'engagement. Elle est également membre du Centre de recherche sur les politiques et le développement social (CPDS). Ses recherches portent sur l'individualisation du militantisme féministe au Québec et au Canada.

Tristan Rivard

Tristan Rivard est étudiant à la maîtrise à l'École de politique appliquée de l'Université de Sherbrooke et boursier du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada. Il s'intéresse à l'intégration du cyberespace dans les stratégies politiques des États et des grandes organisations, ce qui situe ses champs d'intérêt au carrefour des relations internationales, de l'économie politique et de la sociologie de la technologie.

Samuel Sauvé

Samuel Sauvé est étudiant à la maîtrise en études politiques appliquées à l'Université de Sherbrooke. Il s'intéresse à l'utilisation du cyberespace par les activistes politiques, groupes de pression et mouvements sociaux dans différents régimes politiques et contextes contestataires.

Elena Waldispuehl

Elena Waldispuehl est étudiante au doctorat en science politique à l'Université de Montréal et également membre du Centre de recherche sur les politiques et le développement social (CPDS). Elle est à la fois boursière du Programme de bourses d'études supérieures du Canada Vanier et de la Fondation Pierre Elliott Trudeau. Elle s'intéresse à la manière dont l'utilisation des médias sociaux redéfinit l'action collective et aux effets du numérique sur l'engagement individuel des militants, en ligne et hors ligne.

Transition pour certains, rupture pour d'autres, l'envahissement du cyberspace dans nos vies soulève plusieurs questions. Il est rare, dans l'histoire de l'humanité, de constater qu'une innovation technologique transforme autant et en si peu de temps le quotidien des individus, mais aussi les façons de gouverner ou d'analyser le monde. Le présent ouvrage part du constat que nous vivons actuellement une véritable « cybérisation » individuelle et collective. Il souhaite ainsi appréhender les changements sociaux et politiques qu'implique la présence grandissante du cyberspace dans nos vies. Ce livre répond à trois questionnements généraux :

- 1 Quels sont les changements sociaux et politiques induits par l'arrivée, puis l'omniprésence, du cyberspace dans les sociétés occidentales? Sont-ils nombreux et quelles sont leurs répercussions sur le plan politique?
- 2 Le cyberspace a-t-il aussi provoqué des changements dans la pratique scientifique des politologues? Par exemple, de nouveaux objets ont-ils intéressé la science politique?
- 3 Les nouvelles technologies ont-elles augmenté les capacités de nos outils de recherche? Si oui, faut-il adapter les méthodes de recherche et leurs techniques à cette nouvelle réalité? Comment le faire?

Ce livre expose, entre autres, les changements qu'apporte le cyberspace à l'étude et à la pratique des sciences sociales en général et de la science politique en particulier, mais aussi aux objets d'études de ces domaines.

Hugo Loiseau est professeur agrégé à l'École de politique appliquée de l'Université de Sherbrooke depuis 2004. Il se spécialise, entre autres, dans les questions de cybersécurité et dans les enjeux politiques du cyberspace. Il enseigne la méthodologie de la recherche et les systèmes politiques d'Amérique latine. Il est membre du Réseau intégré sur la cybersécurité (SERENE-RISC).

Elena Waldispuehl est étudiante au doctorat en science politique à l'Université de Montréal et également membre du Centre de recherche sur les politiques et le développement social (CPDS). Elle est boursière à la fois du Programme de bourses d'études supérieures du Canada Vanier et de la Fondation Pierre Elliott Trudeau. Elle s'intéresse à la manière dont l'utilisation des médias sociaux redéfinit l'action collective et aux effets du numérique sur l'engagement individuel des militants, en ligne et hors ligne.

Collaborateurs

Adeline Branthonne
Sandra Breux
Emmanuel Choquette
Jérôme Couture
Jeremy Diaz
Sabrina Dupéré
Nicole Goodman
Hugo Loiseau
Charles-Antoine Millette
Myriam Morrisette
Tristan Rivard
Samuel Sauvé
Elena Waldispuehl



Presses de l'Université du Québec

PUQ.CA

