Thème n°1



##### Sommaire

[Introduction 1](#_Toc354044499)

[Vie privée et intimité 1](#_Toc354044500)

[Le concept d’identité 1](#_Toc354044501)

[Composantes de l’identité 1](#_Toc354044502)

[Enjeux spécifiques aux médias en réseaux 1](#_Toc354044503)

[Objectifs et compétences 1](#_Toc354044504)

[Fiches pédagogiques pour les professionnels de l’éducation 1](#_Toc354044505)

[Synthèse des apports théoriques concernant l’identité numérique 1](#_Toc354044506)

Identité numérique



# Introduction

Internet et les réseaux sociaux permettent à leurs usagers de partager des données de différents types, tant au niveau des contenus (actualités, divertissement, vie quotidienne, etc.) que des formats (vidéos, photos, sons, textes). La publication de celles-ci est facilitée par les dispositifs techniques, qui invitent non seulement à rendre les contenus publics, mais aussi à (re)diffuser, apprécier et évaluer ceux-ci. Une fois mises en ligne, ces données laissent des traces qui peuvent permettre de les retrouver même après leur effacement par celui ou celle qui les a initialement publiées, d’autant plus si celles-ci ont été relayées par des tiers.

Dans ce contexte, plusieurs acteurs soulignent la présence de risques relatifs à la vie privée ou à l’intimité et insistent sur l’importance d’une réflexion préalable avant d’émettre des informations personnelles.

Plusieurs campagnes invitent à considérer que certaines données sont plus sensibles que d’autres et préconisent une vigilance ou une sécurisation accrue vis-à-vis de la mise en ligne de ce type de données. C’est le cas par exemple des informations bancaires[[1]](#footnote-1). Il s’agit en général de toutes les indications dont la publication est susceptible de nuire *a posteriori* à l’individu qu’elles concernent (on pense généralement à des photos dénudées ou violentes, à des actes ou des paroles délictueuses…).

Le parcours ci-dessous est quant à lui davantage orienté vers une compréhension de l’identité numérique dans sa globalité, et non seulement dans des dérives que l’on peut observer la concernant :

* quels sont les impacts des médias en réseaux sur l’intimité ou la vie privée ?
* en quoi l’identité se déploie-t-elle différemment dans le contexte d’Internet et des réseaux sociaux ?
* quel rapport y a-t-il entre ce qu’un individu communique et sa réputation ?
* pourquoi travailler la conscience des identités numériques, et comment ?
* …

Afin de répondre à ces questions, dans un premier temps, attardons-nous sur les notions de vie privée et d’intimité.

# http://www.wpclipart.com/people/bodypart/eye/eyes_3/manga_eye_left_T.pngVie privée et intimité

La **vie privée** est entendue comme une des libertés fondamentales et réfère à ce qui est d’ordre personnel, ou du moins en dehors de la sphère publique : il s’agit principalement de la sphère familiale et des proches[[2]](#footnote-2). Dans le contexte qui nous intéresse, elle est en lien avec le concept de « **données à caractère personnel** » :

« Les données à caractère personnel correspondent à toutes les données permettant d’identifier ou de pouvoir identifier une personne directement ou indirectement. C’est du moins la définition d’une donnée à caractère personnel selon la Loi vie privée. Cette loi prévoit une protection spécifique de ces données lorsqu’elles sont traitées. Par données à caractère personnel, nous entendons notamment : le nom d'une personne, une photo, un numéro de téléphone (même un numéro de téléphone au travail), un code, un numéro de compte bancaire, une adresse e-mail, une empreinte digitale… »[[3]](#footnote-3).

L’**intimité** correspond quant à elle à une dimension plus psychologique de l’identité. Parmi ce qu’un individu pourrait montrer le concernant et permettant de l’identifier, il y a ce qu’il préfère garder pour lui-même (intimité) ou certains proches, et ce qu’il choisit de diffuser publiquement (« extimité », liée au fait de « se mettre à nu face aux autres et accéder à la connaissance de soi »[[4]](#footnote-4)), dans un cadre social plus large. L’extimité est liée à une certaine « mise en scène » de soi, un acte pro social qui n’est pas neuf, mais qui s’exprime désormais différemment, notamment dans le numérique.

Pour comprendre les impacts des médias en réseaux sur la vie privée ou l’intimité, il convient d’examiner comment l’identité se déploie dans le contexte du numérique.

# D:\Mes documents\Bureau\medias en réseaux\buddy_2_T.pngLe concept d’identité

L’**identité** est un concept polysémique, parfois utilisé de manière ambiguë[[5]](#footnote-5) : tantôt elle fait référence à quelque chose qui se construit et évolue, tantôt à des caractéristiques immuables. Elle peut concerner des dynamiques collectives et culturelles, comme elle peut référer à une compréhension et une localisation individuelles, ou encore à des relations. Il convient par conséquent de délimiter ce concept avec grande précaution.

La problématique que nous choisissons d’aborder renvoie à des processus de caractérisation et de catégorisation, par soi-même ou par autrui. C’est le cas par exemple sur Internet de l’action de remplir un profil : par cette action, les personnes sont amenées à se qualifier elles-mêmes. En d’autres termes, la notion d’identité à laquelle nous faisons allusion réfère au fait de se définir ou d’être défini en fonction d’un ensemble d’étiquettes (de « tags ») et de représentations.

L’identification renvoie donc au fait de s’attribuer ou de se voir attribuer des caractéristiques.

Cette caractérisation peut se faire directement (en remplissant un profil, par exemple) ou indirectement (par des opinions, comportements discours, etc.), consciemment ou inconsciemment. Ainsi, lorsqu’un individu remplit un profil sur Facebook, il peut y indiquer son âge, son origine, ses hobbies, etc.

Lorsqu’il publie un statut, apprécie un contenu (« j’aime ») ou commente une activité, il donne également des informations susceptibles de l’étiqueter, indirectement. Idem, lorsqu’il joue à un jeu et/ou partage accidentellement un contenu. Il en va de même pour les relations d’une personne (ses amis, ses abonnés, les groupes ou forums auxquels elle participe) : ce sont des traces susceptibles de la catégoriser. Ceci peut d’ailleurs être conscient ou non. Lorsqu’une personne réagit à un débat sur la toile, elle rend publique quelque chose qui la concerne, sans nécessairement en avoir le dessein. Cet étiquetage peut donc non seulement être indirect, mais aussi tout à fait involontaire. De surcroit, les étiquettes ne sont pas uniquement le fait de l’émetteur.

En fonction de ces différentes composantes, on peut parler d’identités multiples, dans la mesure où ce processus se déploie différemment en fonction des contextes : une personne se présente et est perçue différemment selon qu’elle remplit un profil sur Facebook ou sur Twitter, tout comme elle ne se comporte pas de la même façon devant un employeur ou avec ses amis[[6]](#footnote-6).

# Composantes de l’identité

Cette attribution de caractéristiques repose effectivement sur plusieurs variables.

Premièrement, sur la façon dont une personne s’identifie elle-même, se « tagge », se catégorise, consciemment ou non, selon les informations qu’elle partage (et les traces qu’elle laisse en conséquence) : caractérisations directes, mais aussi opinions, comportements et autres qu’elle manifeste dans certains contextes. Qu’expose-t-elle d’elle-même ? Que met-elle en scène à son propos (sachant qu’il est également possible de mentir, travestir certaines données, ou encore de sélectionner des informations parmi d’autres et de les mettre en forme) ?

Deuxièmement, elle dépend de comment les autres (en général, des proches) identifient cette personne selon les informations qu’ils partagent la concernant. C’est le cas par exemple des amis Facebook qui peuvent publier des données relatives à un individu tout en indiquant ce dernier. C’est également le cas via des blogs, Tumblr, Pinterest et autres réseaux : si un enfant tient un blog et qu’il y parle de ses parents, il laisse des traces à leurs propos. Que montre-t-il ou affiche-t-il le concernant ?

Des phénomènes comme les rumeurs peuvent être abordés dans cette réflexion.

Troisièmement, sur la manière dont les autres,toujours,reçoivent et perçoivent ces caractérisations, de l’extérieur. Cette variable correspond au jugement d’autrui.

Nous identifions donc plusieurs composantes de l’identité :

* le « je » qui s’exprime, les caractéristiques qu’il se donne et les traces qu’il laisse de son activité en ligne – volontairement, directement, consciemment ou non – ;
* les autres qui le caractérisent ;
* mais aussi l’**audience** (les personnes qui perçoivent ces caractérisations[[7]](#footnote-7)) et la **réputation** de cette personne, en fonction des différents « publics » de ces données partagées, qu’ils soient plutôt proches (cercle d’amis sur Google+) ou plus éloignés (publicitaires, employeurs potentiels, etc.).

Ici se pose la question de la réputation et de ses enjeux. Une réputation peut être quelque chose de subi, dans la mesure où elle n’est pas seulement le résultat de ce qu’on fait par soi-même. En effet, même en prenant soin de ne rien publier sur soi et de ne partager aucune donnée sur certains réseaux sociaux, une personne est susceptible de se voir attribuer des étiquettes, et ce justement parce qu’elle est absente de ces réseaux[[8]](#footnote-8). Il est possible d’aborder à ce propos la question des représentations : quels sont les processus par lesquels les individus se font une image d’une personne[[9]](#footnote-9) ?

La particularité de la réputation réside dans le fait qu’elle est partiellement indépendante des caractéristiques que se donne un individu en première personne. Elle nécessite en effet de prendre en compte le pôle de la réception. « On ne peut pas ne pas communiquer » selon l’axiome reformulé de Watzlawick : lorsque je ne publie pas d’infos sur le réseau, ou que je rends celles-ci confidentielles, je partage malgré tout publiquement que je fais ces choix.

# D:\Mes documents\Bureau\medias en réseaux\applications_system_T.pngEnjeux spécifiques aux médias en réseaux

Les composantes de l’identité telle que nous l’avons délimitée se retrouvent dans différents contextes, dont le numérique et ses particularités. Parmi ces spécificités, nous en épinglons cinq.

Premièrement, sur Internet, il y a une grande aisance dans la publication. La mise en ligne facile de contenus accessibles par le plus grand nombre reflète un contexte de liberté d’expression accrue, en termes d’audience potentielle en tout cas. Il est possible d’atteindre un public très hétérogène sur de nombreux plans socioculturels. Désormais, l’expression sur l’espace public est à portée de souris. Cette liberté (liée à la sphère publique, dans un certain cadre), est corrélée par la responsabilité : « est-ce que ce que je rends public correspond à l’image que je veux donner ? », « est-ce que cela respecte autrui ? ».

Ajoutons que cette aisance dans la publication vaut également pour la rediffusion de contenus. Cela a pour corollaire que l’audience potentielle(le nombre de personnes qui sont susceptibles d’avoir accès au contenu publié) sur le web est très grande.

Deuxièmement, le réseau suppose un formatage des contenus et des (re)présentations de soi. Sur Twitter, il est possible de choisir un pseudonyme. Par ailleurs, la présentation se fait en 160 caractères. Les tweets reflètent des comportements et opinions du propriétaire du compte. Sur Facebook, au contraire, il existe un contrôle qui impose d’indiquer son nom et son prénom. La question de l’avatar (la photo de profil) est également intéressante.

Ainsi, sur les différents réseaux, il existe des manières typiques de s’afficher et de partager des données. Celles-ci se présentent sous une certaine forme. Est-il aussi facile de se présenter nuancé ou de débattre lorsque les caractères sont réduits ? Il est aussi question de normes sociales, toujours en fonction des publics : ainsi, une audience hétérogène comme celle que l’on peut avoir sur Facebook implique parfois une certaine retenue par rapport à des propos potentiellement polémiques. *A contrario*, pour l’heure, il paraîtrait saugrenu d’utiliser LinkedIn pour rendre compte de son quotidien sentimental.

Quelles implications idéologiques cela peut-il avoir sur les différentes visions du monde, sur les différentes façons dont on se (re)présente et sur ce à quoi on accorde ou pas de l’importance, comment on hiérarchise les valeurs ? Un lien avec les problématiques d’uniformisation culturelle, est possible ici : à quoi une communauté d’individus accorde-t-elle de l’importance ? Qu’est-il opportun d’afficher ou non sur tel ou tel réseau social (en termes de contenus, mais aussi de comportements et d’opinions) ? Etc.

Cette seconde particularité du numérique est liée à la suivante : sur Internet, la vie « projetée », telle qu’un individu la met en scène, la raconte ou la reflète selon ses comportements et opinions affichés peut fortement différer de sa vie « réelle ». Bien sûr, ces notions de vie réelle et vie projetée s’appliquent aussi en dehors du numérique, et ils ont leurs limites. Ce qui change potentiellement, c’est l’écart entre les deux. Cet écart est engendré par des pratiques courantes de présentation de sa vie selon un certain cadre, pour un certain public : il est coutume d’en sélectionner des moments et d’en diffuser des images choisies minutieusement. Autrement dit, dans le numérique se pose encore davantage la question du degré de mise en scène de soi.

En quatrième lieu, nous évoquons la mémoire du web par rapport aux traces, c’est-à-dire la pérennité des contenus. On l’a vu récemment avec le retour de vieux messages Facebook « supprimés », mais aussi sur des comptes Skynet ou ailleurs. La dimension technique du réseau intervient ici : une fois publiées, les données ne sont plus localisées uniquement sur un ordinateur, mais elles sont dupliquées sur différents serveurs, d’autant plus si elles sont partagées.

Enfin, le simple fait de naviguer sur le web envoie des informations (adresse IP, cookies, géolocalisation…). N’importe quelle activité en ligne engendre un partage de données. C’est le cas des achats en ligne, des « *like* » sur Facebook ou encore sur des réseaux culturels spécifiques comme les sites *Babelio* ou *Senscritique*.

Or, lorsque quelqu’un remplit les champs d’un profil ou déclare qu’il soutient des causes sociales via un statut, les informations qu’il transmet le sont de manière volontaire. Quand cet individu écoute de la musique sur *Spotify* et que cette activité s’affiche sur son mur Facebook, ou encore qu’il s’inscrit sur un forum, même sans y participer, il se peut que les traces occasionnées soient involontaires.

# http://www.wpclipart.com/signs_symbol/checkmarks/checkmarks_3/checkbox_yes_T.pngObjectifs et compétences

Il est possible d’adopter un point de vue qui ne se limite pas aux risques en termes d’intégrité individuelle. Le parti pris qui est choisi ici est de fournir des éléments de réflexion permettant de « trouver le bon équilibre entre respect de la vie privée et liberté d’expression »[[10]](#footnote-10), via une prise de conscience de(s) identité(s) numériques et de leurs enjeux.

Nous soulignons la portée émancipatoire de cet objectif : il est question ici de favoriser des choix autonomes, et non d’établir *a priori* ce qu’il faut faire ou non dans l’absolu. Il ne s’agit donc pas de se positionner en déterminant des pratiques à suivre ou à bannir par rapport à la vie privée, par convention[[11]](#footnote-11). Au contraire, il est question d’accompagner les apprenants dans leur réflexion vis-à-vis de l’évolution de certains enjeux relatifs à des libertés fondamentales. En ce sens, ce thème est bel et bien un sujet d’actualité :

« À travers leurs fonctions d’information et de socialisation, les médias en réseaux posent plus sensiblement les enjeux d’un vivre-ensemble. Une citoyenneté active qui se vit au cœur des pratiques : […] responsabilités, respect [...] Autant de dimensions qui favorisent des compétences citoyennes en devenir »[[12]](#footnote-12).

Cet objectif est lié à des compétences relationnelles de la *littératie médiatique*[[13]](#footnote-13), de l’ordre du respect de soi et de l’autre. Il est à la fois question d’enrichissement de la construction identitaire et de la socialisation qui en découle.

Ces deux aspects de la problématique peuvent se décliner en objectifs didactiques généraux :

* prendre conscience que l'identité numérique fait partie de l'identité générale et contribue à son élaboration ;
* percevoir que l'identité numérique peut prendre différentes formes ;
* mener une réflexion sur les rapports entre vie privée et vie publique et ce qui relève de l'une et de l'autre ;
* apprendre à gérer et faire évoluer son identité numérique (en parallèle d’une réflexion par rapport à ses données personnelles) ;
* apprendre à concevoir les médias en réseaux comme des outils de communication de soi.

Pour ce faire, nous distinguons les objectifs opérationnels suivants :

* réfléchir aux stratégies de communication de son identité et examiner comment on peut l'améliorer ;
* analyser les différents modes d'identification numériques (pseudo, avatars...), leurs effets, leurs avantages, leurs inconvénients ;
* connaître les différentes plateformes numériques et identifier comment elles participent à l'élaboration de l'identité numérique ;
* connaître les outils qui mesurent l'identité numérique (les logiciels qui évaluent les gens à partir de leurs traces sur le net. Klout, par exemple) et comprendre comment ceux-ci participent à l'élaboration de l'identité numérique, en faire une approche critique ;
* Identifier les différents paramètres de confidentialité des médias numériques utilisés et en maîtriser le fonctionnement.

En fonction de ces délimitations, nous proposons plusieurs fiches pédagogiques pour les professionnels de l’éducation.

# Fiches pédagogiques pour les professionnels de l’éducation

Les activités proposées permettent chacune d’envisager l’identité numérique selon différents points de vue. Si ces différentes fiches pédagogiques appellent à l’action, ou du moins à un positionnement, elles ne déterminent pas *a priori* ce qui est bon ou non en termes de pratiques identitaires sur les médias en réseaux. Il s’agit plutôt de mettre les apprenants dans une situation réflexive, éventuellement guidée par des concepts, leur permettant de cerner les différents enjeux de l’identité numérique.

Un des points communs de ces fiches didactiques est qu’au final, c’est bien à l’apprenant de se positionner selon ce qu’il estime convenir (à lui, à autrui, ou socialement dans l’absolu).

* Une [fiche](theme1_fichepedagogique1.docx) permettant d’analyser un incident critique : « Appliquer un modèle d’analyse à un incident critique concernant l’usage des médias en réseaux (en développant plus précisément l’aspect identité) ».

Cette activité se veut transposable à différents objets, c’est-à-dire pas seulement au thème de l’identité numérique, dans la mesure où elle vise la compréhension d’une situation, l’identification et l’analyse d’un problème spécifique qui en ressort, ainsi que le fait de définir des pistes d’actions en conséquence.

* Une [fiche](theme1_fichepedagogique2.docx) d’activité « prospective » par rapport à des traces trouvées sur Internet, à classer selon un tableau descriptif, en regard d’une réflexion individuelle.

Cette activité spécifique à la problématique de l’identité numérique représente une véritable mise en situation dans laquelle l’apprenant évalue les éléments (traces) le concernant (réels ou fictifs), selon qu’il les estime favorables ou non, publiés par lui ou par d’autres, réversibles ou non. Un prolongement de cette activité consiste à renvoyer l’apprenant à son ressenti et à des pistes d’action, pour lui ou pour autrui.

* Une [fiche](theme1_fichepedagogique3.docx) analytique sur base d’une typologie sensiblement différente de celle de Bruschini (cf. supra en notes de bas de page), spécifique à la thématique de l’identité.

Il s’agit de questionner la part de « mise en scène » identitaire à laquelle les individus se livrent. Si l’« identité catégorisée » renvoie à des caractéristiques immuables d’un individu (sa vie « réelle »), son « identité travaillée » renvoie quant à elle à ces lieux où il peut « projeter » cette existence. L’« identité sociale » réfère enfin au contexte relationnel de chacun. En guise d’objectif complémentaire, cette fiche propose une réflexion sur l’adéquation entre les réseaux sociaux et certains usages, avec pour objectif d’initier au fait de choisir et assumer différentes stratégies de communication.

* Une [fiche](theme1_fichepedagogique4.docx) d’activité proposant d'établir une liste de champs à compléter pour s’inscrire et participer à un réseau social.

Ce document invite les apprenants à réfléchir à propos des données personnelles requises ou facultatives par les champs à remplir des différents forums, sites et réseaux sociaux auxquels ils sont confrontés. Il s’agit de comparer différents supports dans le but d’en analyser la pertinence et d’en comprendre les enjeux.

# D:\Mes documents\Bureau\medias en réseaux\application_x_executable_T.pngSynthèse des apports théoriques concernant l’identité numérique

Mon identité numérique a pour composantes :

* ce que je communique me concernant sur le web, volontairement ou involontairement
  + traces d’ordre factuel : pseudonyme, coordonnées, avatar, profession, hobbies, etc. renseignés sur un ou plusieurs profils.
  + navigation, opinions et comportements en ligne : ce que mes interventions et actes véhiculent comme traces et caractérisations (IP, cookies…), achats en ligne, opinions (statuts, commentaires, « j’aime »…), etc.
  + relations (amis, abonnements et abonnés…).
* ce que d’autres communiquent ou partagent me concernant, de manière explicite ou implicite
* ce que différentes audiences perçoivent me concernant ; leurs interprétations au niveau de la réputation
  + Audience potentielle
  + Cible (audience souhaitée)
  + Audience effective

Plusieurs facteurs spécifiques aux médias numériques impliquent des enjeux propres à ce contexte :

* mémoire du web, permanence des traces
* aisance dans la publication, question des audiences et de leur éventuelle hétérogénéité
* formatage(s) des contenus et des représentations
  + généralités et spécificités des différents réseaux sociaux (avatar, pseudo, champs à remplir…)
* degré de mise en scène de soi (vie projetée)
* chaque activité en ligne engendre un partage de données

Lorsque je partage des informations ou des données me concernant ou concernant quelqu’un d’autre, quelles sont les implications en termes de vie privée / d’intimité, de liberté d’expression et de respect ?

##### Bibliographie

* BOYD, D., « Social Network Sites : Public, Private, or What ? », in Knowledge Tree 13, 2007 : <http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/edition-13/social-network-sites-public-private-or-what/>

[Traduction française disponible : <http://www.danah.org/papers/KnowledgeTree-French.pdf>]

* CASILLI, A., Les liaisons numériques : Vers une nouvelle sociabilité ? (site relatif à son ouvrage du même titre, Paris : Seuil, 2010) : <http://www.liaisonsnumeriques.fr>
  + « Trois idées reçues sur Internet », in Scienceshumaines.com, 2011 : <http://www.scienceshumaines.com/trois-idees-recues-sur-internet_fr_27529.html>
* COMMISSION VIE PRIVEE, Site « Jedecide.be », dernière modification 20/02/2013 (consulté le 06/03/2013) : <http://www.jedecide.be>
  + Le site de la Commission vie privée : <http://www.privacycommission.be>
* FAVEL-KAPOIAN, V., DUSSURGEY, D., Dossier « Identités numériques : quels enjeux pour l’école », 2010 : <http://www.cndp.fr/savoirscdi/societe-de-linformation/reflexion/identite-numerique-quels-enjeux-pour-lecole.html>
* GEORGES, F., « L'identité numérique dans le web 2.0 », in Le mensuel de l'Université n°27, Juin 2008 : <http://fannygeorges.free.fr/doc/georgesf_mensueluniversite.pdf>
* LALANDE, F., « Identité Numérique et Réseaux sociaux : enjeux et pistes pour l'éducation. Support de formation pour un atelier du Pr@ctice, au CDDP de la Drôme », Décembre 2012 : <http://prezi.com/oscaspu6jxry/identite-numerique-et-reseaux-sociaux-enjeux-et-pistes-pour-leducation/>
* MANACH, J.-M., « la vie privée, un problème de vieux cons ? », in *Internetactu.net*, le 12/03/2009 : <http://www.internetactu.net/2009/03/12/la-vie-privee-un-probleme-de-vieux-cons>
* MEDIA ANIMATION, UFAPEC, *Internet à la maison en 10 questions*, 2012 (« Question 5 : les réseaux sociaux menacent-ils la vie privée ») : <http://www.internetalamaison.be>
* Ministère de l'éducation nationale - Direction générale de l'enseignement scolaire (France), Site-portail *Internet responsable* : « maîtriser son identité numérique » : <http://eduscol.education.fr/internet-responsable/communication-et-vie-privee/maitriser-son-identite-numerique.html>
* MILLER, A., « Identité numérique : qui êtes-vous sur le Web », Québec, 2012 : <http://carrefour-education.qc.ca/files/images/dossiers/Dossier_IdentiteNumerique.pdf>
* PIERRE, J., Site *Les identités numériques* : [http://www.identites-numeriques.net](http://www.identites-numeriques.net/) (son glossaire peut également éclairer certains concepts cités ci-dessus, au besoin).



1. Concernant la prudence et la vigilance par rapport aux données bancaires, cf. par exemple la campagne Febelfin en 2012 : <http://www.safeinternetbanking.be> [↑](#footnote-ref-1)
2. « Toute personne a droit au respect de sa vie privée et familiale, de son domicile et de sa correspondance » (Article 8 de la Convention Européenne des Droits de l’Homme).

   Pour découvrir ce à quoi peut référer ce terme de manière plus spécifique, cf. par exemple <http://www.privacycommission.be/fr/> ou encore <http://www.cnil.fr> [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://www.privacycommission.be/fr/node/6977> [↑](#footnote-ref-3)
4. TISSERON, S., *Virtuel, mon amour. Penser, aimer, souffrir, à l'ère des nouvelles technologies*, Paris : Albin Michel, 2008, p. 39. [↑](#footnote-ref-4)
5. BRUBAKER R., JUNQUA F. (trad.), « Au delà de l'« identité » » in Actes de la recherche en sciences sociales, n°139, 2001, L'exception américaine (2), pp. 66-85 :

   <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/arss_0335-5322_2001_num_139_1_3508> [↑](#footnote-ref-5)
6. Par exemple, Philippe Bruschini établit une typologie d’identités sur cette base, en distinguant l’**identité personnelle** (les caractéristiques qui rendent un individu unique), l’**identité sociale** (les statuts partagés avec les membres de ses groupes d’appartenance) et enfin l’**identité culturelle** (l’adhésion ou non d’un individu aux normes d’une culture).

   BRUSCHINI, P., cité dans FAVEL-KAPOIAN, V., DUSSURGEY, D., Dossier « Identités numériques : quels enjeux pour l’école », 2010 : <http://www.cndp.fr/savoirscdi/societe-de-linformation/reflexion/identite-numerique-quels-enjeux-pour-lecole.html> [↑](#footnote-ref-6)
7. On distingue l’audience potentielle (les personnes susceptibles d’avoir accès au contenu diffusé) de l’audience effective (les personnes qui y ont effectivement eu accès). La notion de « cible » correspond quant à elle à l’audience souhaitée. [↑](#footnote-ref-7)
8. Cf. cet article « Pas de compte Facebook, vous êtes suspect », sur le site *Numerama.com*, le 07/08/2010 : <http://www.numerama.com/magazine/23363-pas-de-compte-facebook-vous-etes-suspect.html> ou encore « Être absent des réseaux sociaux peut soulever bien des soupçons », sur le site *Protegersonimage.com*, le 07/08/2010 : <http://www.protegersonimage.com/etre-absent-reseaux-sociaux-soupcons/> [↑](#footnote-ref-8)
9. Toutes ces questions peuvent par ailleurs être traitées dans le cadre d’une réflexion sur l’image de soi, les dynamiques de groupe, sur ce qui est valorisé ou non dans un groupe, etc. On touche en effet à la question des valeurs. [↑](#footnote-ref-9)
10. MEDIA ANIMATION, UFAPEC, *Internet à la maison en 10 questions*, 2012, p. 29 (« Question 5 : les réseaux sociaux menacent-ils la vie privée ») : <http://www.internetalamaison.be> [↑](#footnote-ref-10)
11. Cf. MANACH, J.-M., « la vie privée, un problème de vieux cons ? », in *Internetactu.net*, le 12/03/2009 : <http://www.internetactu.net/2009/03/12/la-vie-privee-un-probleme-de-vieux-cons> [↑](#footnote-ref-11)
12. CONSEIL SUPERIEUR DE L’EDUCATION AUX MEDIAS, « Note de positionnement », Bruxelles, le 17/11/2010 : <http://www.csem.cfwb.be/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&file=fileadmin/sites/cem/upload/cem_super_editor/doc/note_de_positionnement.pdf&hash=1a370ef182f2ff35f6e3840cd4318562cce91b8f> [↑](#footnote-ref-12)
13. FASTREZ, P., « Quelles compétences le concept de littératie médiatique englobe-t-il ? Une proposition de définition matricielle », in *Recherches en communication 33 : les compétences médiatiques des gens ordinaires* *(I)*, Louvain-la-Neuve : Université catholique de Louvain, 2010.

    Cf. également, en ligne, DE SMEDT, T., « L'insertion scolaire des compétences en littératie médiatique », conférence donnée le 12 février 2011 à Paris : <http://www.ina-expert.com/e-dossier-de-l-audiovisuel-l-education-aux-cultures-de-l-information/l-insertion-scolaire-des-competences-en-litteratie-mediatique.html> [↑](#footnote-ref-13)