Milad DOUEIHI et Jacopo DOMENICUCCI (dirs), *La Confiance à l'ère du numérique*

Paris, Éd. Rue d'Ulm/Berger-Levrault, coll. Au fil du débat, 2018,
283 pages

Marie-Sylvie Poli

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/23073>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.23073

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 15 novembre 2020

Pagination : 463-464

ISBN : 978-2-8143-0586-1

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Marie-Sylvie Poli, « Milad DOUEIHI et Jacopo DOMENICUCCI (dirs), *La Confiance à l'ère du numérique* », *Questions de communication* [En ligne], 37 | 2020, mis en ligne le 15 novembre 2020, consulté le 14 juin 2022. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/23073> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.23073>

prises en compte. En effet, un projet à première vue accueillant, car interactif et collaboratif, peut rapidement devenir une monnaie d'échange des industries culturelles comme cela a pu être le cas des œuvres dérivées de *Star Wars*, disputées entre Disney et Lucasfilm (p. 262). La mutation du sujet lecteur-spectateur en sujet-créditeur s'avère particulièrement représentative des créations à plusieurs (très répandues pour les *comics*), où la valeur du projet réalisé l'emporte sur le prestige du statut auctorial. La réappropriation (p. 158) devance la création. Elle rappelle par ailleurs que l'adaptation est déjà une forme d'interprétation, où la position auctoriale ne peut être évaluée uniquement selon l'ancien critère de fidélité. Étant l'objet de critiques frontales dans la plupart des contributions, ce dernier inquiète néanmoins par son devenir consensuel. Car l'appel à la transgression des limites, à la désacralisation de l'original et au rejet des conceptions essentialistes des médias n'a, jusqu'ici, donné lieu qu'à l'éloge des approches dynamiques et souples, encore à nuancer et à consolider.

Marie Kondrat

Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, CERC, F-75005
Paris, France

Université de Genève, S-1205 Genève, Suisse
marie.kondrat[at]sorbonne-nouvelle.fr

**Milad DOUEIHI et Jacopo DOMENICUCCI (dirs),
La Confiance à l'ère du numérique**

Paris, Éd. Rue d'Ulm/Berger-Levrault, coll. Au fil du
débat, 2018, 283 pages

Ce volume pluridisciplinaire – philosophie, économie, communication, sociologie, informatique – est entièrement consacré au concept de confiance dans notre monde actuel, considéré comme gouverné par le code numérique. La codirection de l'ouvrage assurée par Milad Doueïhi (historien des religions et théoricien du numérique) et Jacopo Domenicucci (philosophe spécialiste de la confiance) conduit les 11 auteurs des 8 chapitres à traiter, en experts de leurs disciplines respectives, des questions épistémologiques et politiques graves que devrait se poser tout chercheur en sciences de l'information et de la communication (SIC) qui réfléchit aux effets du numérique sur la société contemporaine. L'ouvrage est organisé en trois parties : « La confiance en ligne. Toiles, interfaces et téléprésence » ; « La confiance dans les dispositifs numériques. Dispositifs, algorithmes, *blockchain* » ; « La confiance en devenir. Mutations de la confiance et de la *privacy* dans une société connectée ».

Principalement inspirés de travaux récents de la littérature anglo-saxonne, tous les textes présentent des démonstrations rigoureuses et parfois ardues pour un lecteur non initié à certaines dénominations anglaises de concepts (notamment *privacy*, *cloud*, *interlucency*) et au raisonnement philosophique. Pour autant, si l'on joue le jeu d'une lecture qui met en complémentarité des démonstrations pluridisciplinaires exigeantes et des notes de bas de pages abondamment référencées, l'ouvrage permet de dresser un brillant état des lieux critique de la culture numérique contemporaine. Car – c'est l'un des points forts de l'ouvrage – chacune des trois parties est précédée d'une introduction co-écrite par Milad Doueïhi et Jacopo Domenicucci qui présente les concepts et problématise les sujets qui seront finement analysés et discutés par les auteurs des contributions. Ce qui ne signifie pas, loin de là, qu'en lisant ces introductions on ait accès à l'essence des discussions des trois parties. Au contraire, tout l'intérêt et le plaisir de la lecture tiennent à découvrir, au fil des chapitres et des analyses, comment des cadres théoriques apparemment très éloignés (par exemple l'*homo faber* d'Hannah Arendt et la *privacy* d'Eric Hughes) permettent de concevoir des paradigmes pluridisciplinaires fiables pour reconsidérer les différentes formes de confiance que nous pouvons – ou non – attribuer aujourd'hui aux machines, aux services, aux algorithmes, aux institutions et bien sûr aux hommes.

Un autre intérêt majeur de l'ouvrage est que toutes les contributions, y compris l'introduction générale, les introductions des parties et l'ouverture finale en guise de conclusion (« *In code we trust ?* », p. 249-253) apportent des pistes à la fois théoriques et concrètes pour penser la confiance à l'ère du numérique. Par exemple, à propos de la sécurité, on peut lire que « trop de sécurité étouffe la confiance » (p. 60) ; à propos de l'intérêt de la téléprésence, qu'elle « peut-être un bon moyen d'entretenir certaines formes de confiance. Elle est au moins propice à la créer » (p. 86). Sur la création, « pouvoir attribuer la confiance que l'on accorde aux artefacts et à leurs créateurs est [...] d'une grande importance » (p. 107). Sur les monnaies numériques, il est montré que « l'insertion progressive du *Bitcoin* dans le "monde réel" – c'est-à-dire dans les systèmes monétaires et économiques à l'encontre desquels il a été créé – contribue en réalité à l'émergence de formes de confiance qui lui apportent une stabilité » (p. 140). À propos de la fracture numérique entre les États, « l'informatique en nuage risque d'exacerber, plutôt que de réduire, la fracture entre pays développés et en voie de développement car elle nécessite une connexion

internet fiable, omniprésente et haut-débit. Or, dans de nombreux pays, celle-ci est inexistante, ou lorsqu'elle existe, très coûteuse » (p. 151). Les avantages numériques du *cloud* sont aussi abordés : « Une réglementation des entreprises utilisatrices du *cloud* s'impose de toute urgence. Il devrait être interdit aux avocats de stocker des données clients sur le *cloud* » (p. 164). Quant à la propagande des géants du numérique, « les Gafam seraient les dignes successeurs de Marlboro dans la production d'une ignorance répandue à propos d'un défi majeur pour nos vies » (p. 170). Ailleurs, il est question de notre identité numérique : « Non seulement le contenu publié par les autres, mais également le nombre et le type de personnes qu'un individu fréquente dans son réseau changent l'identité d'un sujet en ligne » (p. 183) ; « la *privacy* assure la protection des points de vue et donc la possibilité pour un sujet de changer, de devenir quelqu'un d'autre – que cela se produise en vertu de choix autonomes ou bien d'une hybridation complexe et médiée » (p. 193). S'agissant des libertés individuelles, on peut lire que « le totalitarisme et les régimes émergents de surveillance numérique ont en commun de contraindre le sujet politique à travers des épistémologies et des technologies de prédiction, et en prétendant à l'autorité » (p. 197). Et sur l'éthique, « la vérité est un fait humain, c'est-à-dire un fait qui a à voir avec l'épistémologie en tant que connaissance humaine de l'ontologie, la vérité a toujours un aspect moral. Ce qui est épistémologiquement erroné est aussi moralement injuste. Réciproquement, celui qui a connaissance d'une vérité et se comporte, par intérêt personnel, de façon non conforme à ce qu'il sait commet une erreur morale » (p. 246). Et sur la spécificité du code numérique, il est souligné que « le code informatique n'est pas seulement un langage non naturel, c'est aussi quelque chose qui est toujours en mutation. C'est un code toujours en attente de mise à jour, et il en va de même pour les formes de confiance qui l'habitent » (p. 250).

Par ailleurs, l'ouvrage présente des mécaniques d'écriture discursive complémentaires puisque, si la majorité des auteurs choisissent de composer leur contribution comme une démonstration théorique *in extenso*, certains proposent des analyses d'entretiens réalisés dans le cadre de recherches de terrain à l'échelon international, avec des experts en finance numérique ou des acteurs de mouvements sociaux.

Puisque tous les domaines que recouvrent les SIC abordent, d'une manière ou d'une autre, la question de la confiance, les chercheurs de la discipline

trouveront un nombre considérable de raisons de lire l'ouvrage, qu'ils travaillent sur la communication des entreprises, de la culture, des savoirs, du politique, des acteurs sociaux, etc. En effet, presque tous nos objets et sujets de recherche questionnent aujourd'hui tout ou partie de signes, d'outils, d'écritures, de médias, de dispositifs, d'organisations sociales, de design, de systèmes symboliques, dans lesquels le numérique et l'internet s'invitent, s'imposent même. D'où l'intérêt pour nous, spécialistes de la communication et de la culture, de prendre au pied de la lettre l'invite de Milad Doueihi et Jacopo Domenicucci à penser de concert la problématique de la confiance et celle des conséquences du numérique sur toutes les formes de communication comme un sujet politique : « La question de la confiance à l'ère du numérique est encore instable, c'est plutôt un sujet politique qu'un sujet historique. Elle est l'enjeu d'une lutte où chacun, par ce qu'il fait ou refuse de faire, participe à une négociation collective. L'enjeu de cette négociation est le visage de la confiance d'aujourd'hui et de demain » (p. 18).

Marie-Sylvie Poli

Avignon Université, LCC, F- 84000 Avignon, France
marie-sylvie.poli[at]univ-avignon.fr

Anaïs THEVIOT, *Big Data électoral. Dis-moi qui tu es, je te dirai pour qui voter*

Lormont, Éd. Le Bord de l'eau, coll. Territoires du politique, 2019, 200 pages

L'ouvrage d'Anaïs Theviot expose les conclusions d'un total de 77 entretiens semi-directifs conduits entre 2012 et 2017 avec des professionnels de la communication numérique des équipes de campagne du Parti socialiste (PS), de l'Union pour un mouvement populaire (UMP) puis des Républicains (LR) et de La République en marche (LREM), ainsi que 20 entretiens avec des directeurs d'organisations de *big data* électoral en France, à savoir : Liegey Muller Pons (LMP, devenue depuis eXplain), Apallian, Emakina, Federavox, Netscouade et DigitalBox. L'objectif est de pénétrer dans les coulisses du *big data* électoral, c'est-à-dire d'interroger les promesses de l'usage des grandes bases de données (*big data*) pour remporter une élection. A. Theviot montre les changements observés à l'issue des campagnes politiques, où le numérique devient central mais non excluant, c'est-à-dire que, en plus des sources des campagnes « classiques » (des données sociodémographiques, des données issues de sondages d'opinion et d'autres retraçant les historiques des votes), s'ajoutent les traces numériques laissées en ligne. Ces dernières semblent être les plus intéressantes