

DOCUMENT 2

Réseaux socionumériques et identité numérique : nouveaux supports et anciennes problématiques

Alexandre Coutant

Laboratoire LASELDI, équipe OUN, Université de Franche-Comté

coutant.alexandre@gmail.com

L'identité numérique renvoie à de nombreux enjeux qu'il convient de ne jamais perdre de vue : juridiques, éthiques, sociaux, techniques, économiques, industriels, relationnels, psychologiques (Arnaud, Merzeau, 2009 ; Merzeau, 2010). La complexité du phénomène justifie d'ailleurs que l'on emploie plutôt le pluriel, les identités numériques, pour évoquer ses formes variées d'expression. Cet article focalisera son attention sur une définition de ce à quoi renvoie cette formule aux contours flous puis sur les formes d'activités et de relations qu'elle rend possibles sur les réseaux socionumériques. Les dimensions techniques, juridiques ainsi que le cas particulier de l'e-réputation seront abordés à travers les autres articles de ce dossier.

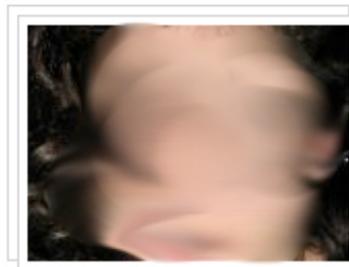
Autopsie des identités numériques

Pratiquement, nous pouvons distinguer les identités numériques en trois catégories.

Des informations partagées par l'individu lui-même. Elles ont pour caractéristiques d'être conscientes, volontaires et plus ou moins contrôlées par leur producteur. Il s'agit, dans le cas des réseaux socionumériques, des statuts, commentaires et photographies qui occupent la majeure partie des activités des jeunes utilisateurs. Ces informations relèvent d'une stratégie plus ou moins aboutie de mise en visibilité de soi de la part de leur producteur. Les prochaines parties de cet article reviendront particulièrement sur ces premières formes identitaires.



the world of lélé
61 photos



Photos of me!!!
8 photos



Me, myself et ma thèse
14 photos

Figure 1 : différents formats de mise en scène de soi par les albums photos

Des traces de navigation, plus ou moins conscientes et dans tous les cas involontaires : le simple fait de naviguer sur Internet donne lieu à ces traces de connexion sur les différents sites ou pages des sites que nous visitons. Leur regroupement relève alors davantage de la stratégie des plateformes, qui

peuvent s'en servir pour rappeler à l'internaute ses dernières visites ou lui proposer des contenus appréciés par des internautes ayant visité les mêmes pages. Ces regroupements existent depuis les débuts du Web. C'est même sur ce principe que le site d'e-commerce *Amazon* a forgé son succès en révolutionnant l'aide à la décision sur Internet. La nouveauté apportée par le Web 2.0 consiste à permettre l'interconnexion de ces traces entre les sites : les personnes utilisant *Facebook Connect* afin de s'inscrire rapidement sur un site tiers avec leurs identifiants *Facebook* ou cliquant sur un « j'aime » au bas d'un article de leur blog préféré acceptent par la même occasion un échange de données personnelles entre les sites. Des outils de profilage et de prescription par centre d'intérêt ou par proximité amicale peuvent ainsi être mis en place par leurs exploitants¹. Cette interconnexion des données est ce qui a été appelé par Tim O'Reilly, gourou américain du Web déjà « théoricien » du Web 2.0², le Web au carré (noté Web²)³. Ce dernier découle directement du Web 2.0 dont le principe de la participation a permis d'amasser un nombre suffisant de données pour envisager l'exploitation de profils de consommation bien plus aboutis (Rebillard, 2011). Effectivement, là où chaque site disposait d'un ensemble limité de données concernant un individu, la tendance consiste désormais à pouvoir assurer sa traçabilité sur une somme bien plus vaste de sites. En découle un ensemble de modèles d'affaires fondés sur la gratuité pour l'utilisateur final en échange de l'exploitation de ses traces identitaires et de leur agrégation. Ces marchés multiversants ont permis de poser la question du « coût de la gratuité » pour les internautes employant les outils du Web ou les services de géolocalisation. L'enjeu consiste ici à s'assurer que l'utilisateur est bien conscient de la transaction qu'il accepte au moment où il décide d'utiliser l'un de ces services : il fournit alors la matière première d'un marché du profilage en plein essor.

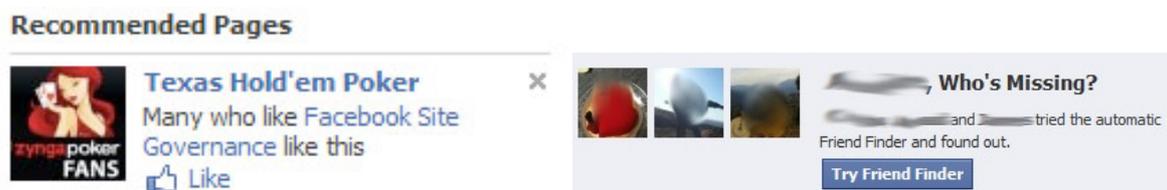


Figure 2 : exemples de prescriptions de la plateforme fondées sur les goûts ou les activités des amis. Les informations laissées par les autres. Cette dernière dimension produite non plus par l'individu mais par d'autres internautes constitue *a priori* la plus inédite. Il est important cependant de se rappeler à quel point l'identité est profondément co-construite. Le sociologue Erving Goffman (1974, 1990) l'a amplement démontré dans ses travaux : « l'individu doit compter sur les autres pour compléter un portrait de lui-même qu'il n'a le droit de peindre qu'en partie » (Goffman, 1974, p. 75). L'identité sociologique dépasse amplement notre expression individuelle. Non seulement cette expression doit toujours être validée par les autres. Personne ne peut revendiquer une identité sans que

¹ « X de vos amis ont apprécié cet article », « untel recommande ce contenu », « si vous aimez X, vous aimerez peut-être Y ».

² <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/whatis-web-20.html>

³ <http://www.web2summit.com/web2009/public/schedule/detail/10194>

celle-ci ne soit reconnue par les personnes avec qui elle interagit. Mais encore, notre identité se compose aussi des commentaires, informations, jugements exprimés par des tiers à notre rencontre. Ils constituent à la fois notre réputation mais aussi un feedback intégré par l'individu dans sa perception de lui-même. Laissons le soin à Goffman de résumer ce principe avec son sens de la formule : « la nature la plus profonde de l'individu est à fleur de peau : la peau des autres » (Goffman, 1973, p. 338). Ce phénomène est en revanche rendu plus incontestable par le développement des réseaux sociaux numériques : les commentaires laissés sous nos activités, les photos de nous ajoutées par nos amis ou l'évocation d'activités communes que nous n'avons pas rendues publiques par un tiers illustrent cette construction interactive de l'identité. Le risque porte alors sur la fuite d'informations que nous aurions préféré conserver secrètes. La photo de nous sous un angle peu avantageux, l'évocation de notre présence à tel ou tel événement auquel nous aurions souhaité participer en toute confidentialité en sont des exemples. Cependant, malgré le fort potentiel de fuite dû à la configuration des plateformes, les enquêtes ne laissent pas apparaître tant de problèmes. On peut voir ici l'effet d'une norme sociale de ménagement des autres : ce qui pourrait être sujet à controverse est volontairement tu. Les enquêtés, s'ils peuvent évoquer ces cas de publications non souhaitées, ne font que rarement état de révélations aux conséquences graves.



Figure 3 : exemple de « fuite » anodine

Un phénomène englobant toutes ces dimensions des identités numériques concerne la visibilité accrue de ces interactions, qui peut les rendre accessibles à des audiences non souhaitées ou dans des contextes temporels altérant leur sens. Danah Boyd (2008) parle à ce propos d'effondrement des contextes. La plupart de nos activités prennent effectivement sens dans un contexte social et temporel

donné. L'archivage et la mise en visibilité de traces de nos activités impliquent une décontextualisation qui perturbe nos habitudes en matière de gestion d'identité. En effet, nos identités sont plurielles (Lahire, 2001). Elles nous amènent à jongler avec de nombreux rôles qu'il serait parfois problématique de relier. Cependant, nous sommes protégés de ces risques par notre circulation dans différents espaces sociaux, ce qui permet d'être différent mais devant des audiences différentes. Sauf exception, la face que nous présentons à nos amis le samedi soir, à nos enseignants le lundi matin et à nos camarades sportifs le mardi soir ne restent visibles que par ces audiences à l'exclusion des autres. Les réseaux socionumériques modifient ces cadres de fonctionnement plus ou moins bien maîtrisés par les individus car il est très compliqué de savoir précisément quelle visibilité a une information déposée sur ces sites⁴.

De la même manière, la mémoire humaine fonctionne d'autant mieux que les supports mnésiques sur lesquels elle se fonde sont malléables, permettant d'initier un récit de soi plus ou moins fidèle aux événements (Halbwachs, 1994). Ajoutons qu'elle suppose un travail de sélection qui distingue les éléments mémorables de l'anodin, ce qu'un archivage systématique de toute activité ne permet pas⁵. Ainsi, des traces du passé peuvent ressurgir à n'importe quel moment à la faveur d'un commentaire, d'une sollicitation de la plateforme⁶ ou d'une navigation personnelle dans les méandres de son profil.

Les « médias sociaux » : des supports identitaires

L'une des avancées les plus heuristique proposée par la sociologie de l'individu est d'avoir considéré que l'identité pouvait s'appréhender par les supports sur lesquels elle se déployait (Martuccelli, 2002 ; Kaufmann, 2004). Ces supports peuvent être aussi bien physiques, que relationnels ou symboliques⁷. Dans le cadre des usages des technologies, ils permettent de dépasser l'opposition stérile entre déterminisme technologique (la technologie fait l'usage) ou sociologique (la technologie est neutre et se fait approprier par des logiques sociales) en démontrant que l'identité ne se forme pas *ex nihilo*. Bien au contraire, elle s'amarre sur de nombreux objets, symboliques et physiques, dont les caractéristiques vont influencer sur l'individu. La compréhension des formes d'expression de nos identités numériques passe donc par une approche profondément sociotechnique, attentive aux déterminants

⁴ Outre la diversité des formes de relations trop vite résumées sous le terme « amis », entrent en compte le niveau de visibilité réglé dans les paramètres de confidentialité (amis, amis d'amis, tout le monde, etc) et le fait que les contenus soient commentés, « likés » ou partagés par ceux qui y ont accès.

⁵ Emmanuel Hoog (2009) regrette ainsi la confusion entre mémorisable et mémorable posée par le développement de nombreuses formes de mémoires numériques.

⁶ Facebook a ainsi fait face à une polémique lorsque plusieurs personnes se sont plaintes d'avoir été invitées par le site à renouer avec un ami qui était décédé entre temps.

⁷ Outre l'autoréflexivité ou des techniques de soi (Foucault, 2001) comme le journal intime, la psychanalyse, que l'on songe au rôle des conversations entre amis à propos d'un événement vécu en commun, à celui du miroir dans le développement du narcissisme, des vêtements et accessoires de mode comme marqueurs d'appartenances multiples, etc.

sociaux des utilisateurs, aux contextes d'interaction, mais aussi aux affordances⁸ des sites et à la logique d'activité qu'ils encouragent.

Même s'il convient d'employer l'expression « médias sociaux » avec des précautions (existe-t-il des médias sociaux ?⁹), toutes les enquêtes démontrent que la plupart des sites regroupés sous cette appellation ont servi de supports pour le développement d'une culture expressive (Allard, Blondiaux, 2007). Les expressions identitaires à l'œuvre au sein de ces nouvelles configurations sociotechniques (Rebillard, 2007) peuvent alors être analysées sous l'angle proposé par la sociologie de l'individu.

Dans la partie suivante, nous aborderons donc les réseaux socionumériques comme des supports identitaires d'une forme particulière : des supports d'expression de soi.

Les réseaux socionumériques, supports identitaires très particuliers

Précisons dès à présent ce que nous entendons par réseaux socionumériques. De nombreux articles ou émissions ont tendance à regrouper sous cette appellation un ensemble hétéroclite de sites comme *Facebook*, *Twitter*, *MySpace*, *YouTube*, ou parfois même *Wikipedia*. Un rapide passage sur ces sites permet pourtant de se convaincre qu'ils ne proposent pas les mêmes services, ne regroupent pas les mêmes catégories de population, que celles-ci n'y effectuent pas les mêmes activités et ne nouent pas les mêmes relations¹⁰. Dans ces conditions, les risques d'amalgame et d'incompréhension de ce qu'il se passe sur chacune de ces plateformes sont nombreux¹¹. Nous évoquerons uniquement ici les « services Web permettant aux utilisateurs (1) de construire un profil public ou semi-public au sein d'un système, (2) de gérer une liste des utilisateurs avec lesquels ils partagent un lien, (3) de voir et naviguer sur leur liste de liens et sur ceux établis par les autres au sein du système (Boyd, Ellison, 2007) [...] (4) et fondent leur attractivité essentiellement sur l'opportunité de retrouver ses « amis » et d'interagir avec eux par le biais de profils, listes de contacts et applications à travers une grande variété d'activités » (Stenger, Coutant, 2011a, pp. 11-13). Le site le plus emblématique de ces plateformes est bien entendu *Facebook*. Il est important de bien comprendre la particularité de la quatrième caractéristique évoquée car elle permet de distinguer les sites selon deux formes d'activité radicalement différentes (Ito, 2010). La plupart des activités d'un individu sont en effet guidées par un intérêt particulier, ce qui permet d'évaluer ses actions et discours à l'aune de cette finalité¹². En revanche, les activités poursuivies sur les réseaux socionumériques n'ont souvent pas d'autre finalité que les occasions de se retrouver

⁸ L'affordance est définie par *Wikipedia* comme la « la capacité d'un objet à suggérer sa propre utilisation ».

⁹ Pour une critique plus approfondie de ce terme et des propositions pour limiter son côté fourre-tout, voir Stenger, Coutant, 2011a, 2011b.

¹⁰ Pour une discussion approfondie, se référer à l'introduction du numéro 59 de la revue *Hermès* consacré à « ces réseaux numériques dits sociaux » (Stenger, Coutant, 2011a) et à l'article introductif de ce dossier.

¹¹ À la manière dont une discussion portant sur « la télévision » risque de rapidement tomber dans les généralités creuses et discutables faute de prendre en compte la diversité des contenus qu'elle diffuse (Esquenazi, 2003). Qu'y a-t-il de commun en effet entre les journaux télévisés, les émissions de télé-réalité, les documentaires, les émissions politiques, les séries télévisées, les films ?

¹² C'est ainsi qu'il sera aisé de cibler les attentes d'un internaute surfant sur un site de conseils en photographie par exemple (et bien entendu de lui proposer des publicités appropriées).

qu'elles représentent. Comme de nombreuses pratiques, particulièrement adolescentes, elles servent davantage de prétexte à se retrouver, à « traîner ensemble » (Lahire, 2004)¹³. Dans ce contexte « d'amitié »¹⁴, des formes d'expression identitaires originales peuvent être observées.

Activités et relations sur les réseaux sociaux numériques

Le succès des réseaux sociaux numériques auprès des jeunes utilisateurs consiste dans la capacité qu'ils leur donnent de créer un espace générationnel autonome, libéré de l'encadrement des adultes. Les jeunes les fréquentent pour retrouver leurs camarades plus ou moins proches. Ces sites ont d'ailleurs un ancrage géographique fort : ils reproduisent en partie la cour de collège/lycée et le quartier des adolescents. À ce titre, ils ne provoquent que rarement de nouvelles rencontres.

Dans cet espace de sociabilité reconstruit à partir du quotidien hors ligne des jeunes, les relations concernent essentiellement l'apprentissage aux règles de la sociabilité et de la mise en scène de soi propres à sa génération (Livingstone, 2008)¹⁵.

Les jeunes emploient leur(s) profil(s) comme outil d'expression de soi, c'est-à-dire comme moyen de forger son identité par ce que Goffman (1974) nomme la présentation de sa face. En effet, selon les contextes dans lesquels nous évoluons, nous travaillons à présenter une certaine image de nous composée de prises de paroles, d'attitudes, de manières de se vêtir, etc. Goffman parle à propos de cette image de face. Celle-ci est une co-construction puisque, nous l'avons évoqué, l'individu doit composer sa présentation de soi avec les autres. C'est ce que Goffman nomme la négociation de la face. Ces sites s'avèrent alors d'excellents supports d'apprentissage pour les jeunes cherchant à apprendre à se comporter de manière « cool ». Par les différents outils de comparaison, la possibilité d'observer ses pairs et par la norme de ménagement, voire de réassurance mutuelle¹⁶ en vigueur sur ces plateformes, ils rendent bien plus aisé cet apprentissage générationnel. À nouveau, nous pouvons constater que les réseaux sociaux numériques ne soulèvent pas de dynamiques neuves – cette acculturation à la culture de sa génération est un phénomène adolescent reconnu depuis longtemps (Galland, 2007) – mais que leurs caractéristiques propres les font s'actualiser d'une manière originale. Les formes d'expression de soi sur les réseaux sociaux numériques oscillent entre plusieurs logiques qui peuvent être résumées sous la forme de la cartographie suivante (Coutant, Stenger, 2010a) :

¹³ Pour une explication plus approfondie de cette distinction entre activités guidées par un intérêt et activités guidées par l'amitié, voir l'introduction de ce dossier.

¹⁴ Le terme doit être pris avec beaucoup de recul tant les relations sociales nouées sur ces plateformes varient largement au delà de ce à quoi ce terme peut renvoyer dans son acception commune.

¹⁵ Nous insisterons ici sur les finalités de ces activités. Pour un inventaire réfléchi des activités menées par les jeunes sur les réseaux sociaux numériques, voir Coutant, Stenger, 2011.

¹⁶ Les attaques envers la face des autres n'y sont tolérées que si elles demeurent dans les limites de l'humour potache et les compliments enflammés s'échangent à longueur de commentaires.

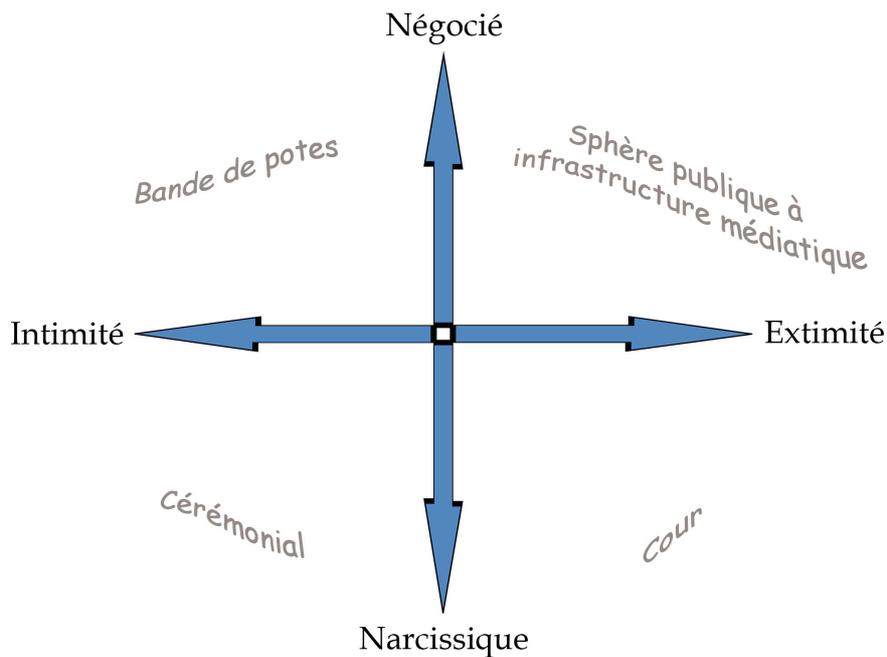


Figure 4 : Cartographie des formes d'expression de soi visibles à travers les profils

Le premier axe concerne la taille de l'audience accédant au profil et va de l'intimité à l'extimité. Le nombre d'amis peut effectivement varier d'un très petit nombre, moins d'une dizaine, à plusieurs centaines. De la même manière, les contenus diffusés sur le profil peuvent être rendus accessibles aux seuls amis, voire à des listes composées au sein de ces derniers, ou à des audiences plus larges. Enfin, les modes de communication permis par les réseaux socionumériques peuvent eux-mêmes être plus ou moins publics : chat, messagerie, mur, commentaires. Selon les choix de l'individu, le profil se situera donc sur un axe allant du plus intime au plus extime.

Le second évoque pour sa part la manière plus ou moins interactive dont les individus construisent leur identité à travers leur profil. Elle va du plus narcissique au plus négocié, terme employé en référence à Erving Goffman. En effet, selon les activités menées, la présence ou au contraire l'absence de réponse de l'utilisateur aux commentaires des autres, l'observation soulève que les individus ont plusieurs manières de construire leur identité. Dans certains cas, ils sont attentifs aux commentaires des autres ou préfèrent les activités impliquant la participation de partenaires. La dimension interactive de la construction de l'identité est alors plus explicite tant la négociation de la face apparaît. Dans d'autres, les individus mettent en place une communication plus unilatérale, ignorant les commentaires des autres et menant des activités plus individuelles.

Bien entendu, aucun profil n'incarne l'extrême de chacun de ces axes. L'observation de l'intensité des interactions comme des types d'activités permet en revanche de les situer sur le continuum allant du plus narcissique au plus négocié et du plus intime au plus extime.

Quatre modèles d'expression en découlent :

- la cour, lorsque le profil se situe du côté narcissique et de l'extimité. L'audience est alors davantage envisagée comme un public auquel se montrer sans nécessairement interagir avec.

Ce public est vaste et rappelle par analogie le protocole associé à la cour royale, où le roi se montre devant un ensemble de prétendants qu'il ne connaît pas nécessairement

- le cérémonial, lorsque le profil se situe du côté narcissique et de l'intimité. L'audience constitue toujours un public mais elle est désormais restreinte, comme dans le cérémonial royal où certains proches peuvent assister à des activités intimes du roi.
- la sphère publique à infrastructure médiatique, terme emprunté à Boyd (2008), concerne les profils bénéficiant d'une large audience mais où les activités sont bien plus interactives et la construction de l'identité est plus négociée. L'individu profite de ces activités pour échanger avec le vaste ensemble de relations constituant ses « amis » et se construit au fil de ces interactions.
- la « bande de potes » conserve cette interactivité mais avec un nombre d'amis bien plus restreint qui ne fait plus apparaître l'espace des échanges comme un espace public constitué d'audiences hétéroclites mais comme un lieu intime où échanger avec ses proches¹⁷.

Conclusion :

Les identités numériques actualisent donc des problématiques connues, mais dans un contexte sociotechnique inédit. Si les cadres d'interaction entre les internautes ont été relativement facilement transposés d'autres contextes de sociabilité, les spécificités des réseaux socionumériques nécessitent pour leurs utilisateurs de développer des compétences spécifiques.

La première consiste à prendre conscience de l'audience potentiellement concernée par la diffusion d'un contenu. Corrélée à celle-ci, une deuxième nécessité consiste à trouver une nouvelle manière de maîtriser les frontières entre audiences pour contrecarrer l'effondrement des contextes évoqué par Boyd. La pérennité des traces de nos identités impose aussi de composer avec nos supports de mémoire afin de lutter contre l'accumulation indistincte de données et redonner du sens à ces archives. Enfin, l'accessibilité de ces sites associée au flux incessant de nouvelles informations qu'ils proposent posent la question de leur potentiel addictif, particulièrement auprès des adolescents pour qui le groupe de pairs est si important (Coutant, Stenger, 2010b). L'équilibre entre les différentes dimensions de leur vie peut alors se trouver mis en péril, tant il devient aisé d'accéder à ces sites en classe, lors des repas, dans la chambre et tant le renouvellement permanent des contenus constitue une tentation permanente pour les jeunes utilisateurs.

Quelques ressources pour aider à aborder la question des identités numériques en classe :
<ul style="list-style-type: none">• http://www.e-enfance.org/index.php• http://www.internetsanscrainte.fr/• http://personas.media.mit.edu/personasWeb.html

¹⁷ Pour une description détaillée, voir Coutant, Stenger, 2010a.

- <http://www.tahitidocs.com/outils/traces/signature.html>
- <http://zesty.ca/facebook/>
- <http://knowem.com/>

Quelques sites et blogs pour suivre la réflexion interdisciplinaire autour du sujet :

- <http://www.guidedesegares.info/>
- <http://affordance.typepad.com/>
- <http://www.internetactu.net/>
- <http://internetsanscrainte.fr/blogs/cicla71/>

Bibliographie

Allard L., Blondiau O. (dir.), « 2.O ? Culture Numérique, Cultures Expressives », *Médiamorphoses*, n° 21, 2007.

Arnaud M., Merzeau L., « Traçabilité et réseaux », *Hermès*, n° 53, 2009.

Boyd D., *Taken Out of Context - American Teen Sociality in Networked Publics*, Doctoral Dissertation, University of California, Berkeley, School of Information, 2008 [en ligne] <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>

Coutant A., Stenger T., « Les activités quotidiennes des jeunes sur les réseaux socionumériques : typologie et enjeux ». *Réel/virtuel*, n° 2, mars 2011, [en ligne] <http://reelvirtuel.univ-paris1.fr/index.php?revue-en-ligne/a-coutant---s-thomas/2/>.

Coutant A., Stenger T., « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques ». *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, août 2010 [en ligne] http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010/Coutant-Stenger/index.html.

Coutant A., Stenger T., « Pratiques et temporalités des réseaux socionumériques : logique de flux et logique d'archive », *Médiation et Information*, n° 32, 2010, pp. 125-136.

Foucault M., *Dits et écrits. Tome 2 : 1976-1988*, Paris, Gallimard, 2001.

Galland O., *Sociologie de la jeunesse*, Paris, Armand Colin, 2007.

Goffman E., *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 2, les relations en public*, Paris, Les éditions de minuit, 1973.

Goffman E., *Les cadres de l'expérience*, Paris, Les éditions de minuit, 1991.

Goffman E., *Les rites d'interaction*, Paris, Les éditions de minuit, 1974.

Halbwachs M., *Les cadres sociaux de la mémoire*, Paris, Albin Michel, 1994.

Hoog E., *Mémoire, Année zéro*, Paris, Seuil, 2009.

Ito M. (dir.), *Hanging out, messing around and geeking out*, Cambridge, MIT Press, 2010.

Kaufmann, J-C., *L'invention de soi : une théorie de l'identité*, Paris, Armand Colin, 2004.

Lahire B., *L'homme pluriel ; les ressorts de l'action*, Paris, Nathan, 2001.

Lahire B., *La culture de l'individu*, Paris, Nathan, 2004.

Livingstone S., "Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self expression", *New Media Society*, n° 10, 2008, pp. 393-411.

Martuccelli D., *Grammaire de l'individu*, Paris, Gallimard, 2002.

Merzeau L., « Présence : de la gestion d'une identité à l'exercice d'une liberté », *Documentaliste*, vol. 47, n°1, 2010.

Rebillard F., « Du Web 2.0 au Web2 : fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux socionumériques », *Hermès*, n° 59, 2011, pp. 25-30.

Rebillard F., *Le Web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'Internet*, Paris, L'Harmattan, 2007.

Stenger T., Coutant A., « Ces réseaux numériques dits sociaux », *Hermès*, n° 59, avril 2011.

Stenger T., Coutant A., « Web 2.0 et médias sociaux », Dans : Stenger T, Bourlatiaux-Lajoie S., *E-marketing et E-commerce. Concepts, Outils, Pratiques*, Paris, Dunod, Collection Management Sup, 2011.