

Pragmatique de l'Internet mobile : Technologies de soi et culture du transfert

Laurence Allard (MCF, Sciences de la Communication, Université Lille 3)

In Technologies numériques du soi et (co)-constructions identitaires, sous la direction de Yasmine Abbas et Fred Dervin, L'Harmattan 2009.

La problématique de la convergence Internet-mobile relève des stratégies industrielles des opérateurs de télécommunications, dont les rapports officiels en France¹ scrutent le trop lent développement à leurs yeux. Nous voudrions nous situer dans une approche sociologique de l'Internet mobile et observer combien du côté des pratiques individuelles et sociales (*hacks*, détournements en tout genre) s'invente une pragmatique de l'Internet mobile. Nous situons notre propos dans le *cell space* imaginé par David S. Bennahum et Lev Manovich, cet espace d'espace augmenté (Manovich, 2005)² au sein duquel les contenus configurés sur le réseau viennent enrichir le théâtre de la rue et réciproquement, à travers le développement des technologies mobiles. C'est à la fois la poétique ordinaire des usages de ces technologies, et plus particulièrement l'articulation pragmatique entre le web et le téléphone mobile, ainsi que leur globalisation, que nous documenterons, à partir d'un corpus que nous désignons comme des objets expressifs, tels que des collections de photos, des montages vidéo ou encore des *playlists* partagées entre natifs digitaux³. Dans cette articulation entre Internet et téléphonie portable et autres technologies mobiles (baladeur, PSP...), saisie depuis les pratiques, sont co-produits, co-*designés* par les usagers autant de technologies du soi en mobilité, au sein d'une culture de l'échange généralisée qu'il s'agit de préciser comme *culture du transfert*. Plus spécifiquement pour cette génération qui a grandi entièrement à l'ombre des réseaux numériques, nous nous efforcerons ainsi de comprendre le développement de ces pratiques symboliques et matérielles de transfert de contenus expressifs à travers ces technologies d'expression et de communication pour mettre en hypothèse les leçons socio-politiques de la pragmatique de l'Internet mobile.

1. Objets expressifs mobiles : l'individualisme expressif à l'œuvre

Tout d'abord, il semble opportun de cadrer par quelques données chiffrées l'équipement mobile ainsi que d'entrer par une quantification rapide des usages et pratiques du mobile avant d'en proposer des hypothèses analytiques en ce qui concerne l'articulation possible entre Internet et le téléphone portable. Selon une étude commandée par l'Association Française des Opérateurs Mobiles, en 2008, 79% des Français sont équipés d'un téléphone mobile personnel ou professionnel et de façon récente ; 13% des Français de 12 ans et plus ont, en 2008, une carte ou une clé pour la connexion à Internet de leur ordinateur via les réseaux de téléphonie mobile. Toujours selon ces chiffres-clés, en 2008 : 61% des utilisateurs prennent des photos avec leur téléphone mobile ; 37% réalisent des vidéos ; 40% envoient des photos ou des vidéos ; 33% écoutent de la musique ; 22% font un usage Internet (e-mail ou web) de leur mobile. Pour les 12-24, plus particulièrement, 91% prennent des photos et 69% font

¹ Cf. le rapport « La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française », Art-Credoc, juin 2008, regrettant la stagnation de l'accès Internet depuis le mobile.

² « *Augmented space is the physical space overlaid with dynamically changing information. This information is likely to be in multimedia form and it is often localized for each user. Cell space is physical space that is "filled" with data, which can be retrieved by a user via a personal communication device. Coined in 1998 by David S. Bennahum, the term "cellspace" originally referred to the then new ability to access e-mail or the Internet wirelessly. Here I am using the term in a broader sense* » écrit Manovich (2005 : 2).

³ Les principales données empiriques de ce corpus ont été collectées et analysées dans le cadre d'une enquête de terrain par entretiens qualitatifs menés entre octobre et novembre 2008 collectivement avec une quarantaine de personnes de la région parisienne et de plusieurs villes de France. L'auteure, qui s'est consacrée au terrain des pratiques juvéniles, tient à remercier Joëlle Menrath et l'équipe de l'enquête pour les discussions fécondes autour de ces entretiens. Un corpus secondaire a été constitué à partir des séries d'enquêtes menées durant l'année universitaire 2007-2008 et 2008-2009 avec les étudiants de l'Université Lille 3, UFR Arts et Culture, dans le cadre d'un enseignement que j'assume consacré aux « Nouvelles Formes de l'Echange Culturel ». Ces études sont disponibles sur <http://wiki.politechnicart.net/> et <http://lelab.politechnicart.net>.

des vidéos ; 72% envoient des photos ou des vidéos ; 76% écoutent de la musique ; 66% jouent avec leur mobile et 34% font un usage Internet. Dans une étude précédente toujours pour l'Association Française des Opérateurs Mobiles de 2007 sur les usages et pratiques du mobile (Menrath & Jarrigon, 2007), il avait été noté le multi-équipement entre ordinateur, mobile, baladeur et appareil photo numérique. 49% des Français ont à la fois un mobile et un ordinateur connectés à Internet avec un taux de 70% chez les 12-20 ans. 48% des Français possèdent à la fois un téléphone portable et un appareil photo numérique. 29% ont à la fois un téléphone mobile et un MP3 (75% pour les 15-17 ans)⁴. Enfin, en ce qui concerne les pratiques Internet, selon une étude du Credoc réalisée à la demande de l'Autorité de Régulation des Télécoms (Arcep) en juin 2008, 60% des Français ont désormais accès à Internet et l'utilisent dans un grand nombre d'activités quotidiennes (recherche de travail, achat en ligne, démarches administratives...). Dans l'ensemble, près d'un quart de la population, et plus d'un tiers des internautes (37%) s'adonne à cette pratique. Au total, 12,5 millions de Français déclarent télécharger de la musique, légalement ou non. Concernant le cinéma, 8 millions de personnes téléchargent des films, soit environ 15% des Français, et près de la moitié des 18-24 ans⁵. La montée des contenus auto-crés par les usagers, désignés comme *User Generated Content* ou *User Created Content*, a été également notée dans un rapport de l'OCDE (2006)⁶ ainsi que de l'IDATE (2008)⁷. En plus des blogs et des profils de réseaux sociaux, des pratiques de téléchargements, des forums sur les centres d'intérêts tels que les jeux, on peut aussi comptabiliser les *streams* envoyés sur 13h de contenus UGC par minute sur Youtube, second moteur de recherche après Google en 2008, dont le contenu est à 80% auto-crés selon l'IDATE (2008). Au-delà des problématiques juridiques et des enjeux économiques, nous voudrions caractériser sociologiquement ces pratiques créatives émanant des individus et rendues possibles par les réseaux de communication informatisés et les technologies mobiles notamment au plan des enjeux identitaires.

1.1. Ce que je vois de mon mobile

Comme le rappelle l'étude, *Living and Learning with New Media* (Ito, 2008 : 4), « les sites de réseau social, les jeux en ligne, les sites de partage vidéo, les gadgets comme les iPod et les téléphones mobiles, sont désormais les accessoires de la culture des jeunes. Ils ont tellement imprégné la vie des jeunes qu'il est difficile de croire qu'ils n'existent que depuis une décennie. Aujourd'hui, comme c'était d'ailleurs le cas hier pour leurs prédécesseurs, les jeunes arrivent à l'âge de la conquête de leur autonomie et d'une quête identitaire, mais ils le font au moyen de nouveaux modes de communication, de nouvelles formes d'amitié, de jeu et d'auto-expression ». Cet environnement numérique est le cadre de vie des « natifs digitaux » chez lesquels nous avons pu observer des échanges, des partages et des transferts entre ces différentes technologies et ce de façon intensive.

Au terme des entretiens et de recherche antérieures, il nous est apparu combien dans la chaîne des dispositifs et technologies entre les mains des natifs digitaux, le mobile occupe une topique exposable de sa propre subjectivité :

Je prends des photos en permanence, j'essaie d'immortaliser le plus de moments possibles. Je prends en photo les moments insolites, avec mes amis. Mais j'ai surtout beaucoup de photos de paysages. C'est surtout des photos de vacances. Je prends les panneaux des villes où je suis allée, les rues, les paysages marquants. Ensuite je les mets en fond d'écran, même si à la base la photo n'est pas prise dans le but de se trouver en fond d'écran par la suite. Là par exemple, mon fond d'écran c'est une rue de Londres, j'y suis allée cet été, c'était vraiment beau. Là c'est une rue où on s'était promené un soir, avec ma sœur. Mais je n'aime pas mon portable parce qu'il n'a pas assez de mémoire, je peux stocker seulement cent cinquante photos, c'est trop peu. Heureusement, je peux transférer les photos sur mon PC, je l'ai fait il y a quelques jours c'est pour ça qu'il n'y a plus beaucoup de photos dessus⁸. (I., 16 ans).

⁴ Les chiffres-clés du mobile, 3ème enquête TNS Sofres-AFOM, 2007.

⁵ Selon une étude menée en juin 2008 à la demande conjointe du CGTI et de l'Arcep par le Credoc, juin 2008.

⁶ *Le Web participatif et les contenus créés par les utilisateurs*, rapport à télécharger sur <http://www.oecd.org/dataoecd/51/62/40942902.pdf>

⁷ *User Created Content – Soutenir une société de l'information participative*. Etude internationale commandée par la Commission Européenne, et réalisée par l'IDATE et deux cabinets néerlandais, TNO et IViR, 2008.

⁸ Entretiens réalisés au Lycée Fénélon, situé en plein cœur de Lille par des étudiantes en Licence, Parcours

Je suis totalement accro, j'ai toujours mon portable dans ma poche, et dès que je trouve quelque chose de marrant, je le prends en photos. Sinon j'ai peur de regretter ou de ne pas me souvenir. Ensuite, quand je fais le tri dans mes photos, je me rends compte qu'elles n'ont pas grande utilité. Les photos sont prises sur l'instant, je ressens le besoin d'immortaliser ces moments de joie, puis finalement par la suite, les photos ne me font plus toujours rire. Mais dans un sens, elles me permettent parfois de me souvenir de moments que j'avais totalement oubliés, et les fous rires repartent. Je transfère ensuite les photos sur mon PC, j'ai dessus des quantités de photos que je ne regarde jamais. Je prends vraiment tout, des copines qui ont des fous rires en mangeant à la cantine le midi, des brosses à dent dans un supermarché, des gens bizarres dans la rue, je prends tout ce qui me fait rire dans l'instant. Puis j'envoie ensuite les photos à mes copines. On se les échange beaucoup. (E., 17 ans).

L. (15 ans) en montrant l'une de ses « galeries », tout spécialement dédiée à son idole, dit : « C'est Chad Michael Murray, l'acteur des Frères Scott. Il est trop mignon. Je télécharge des photos de lui sur Internet ou alors je photographie les posters de ma chambre. Ensuite je les réunie toutes dans un dossier. J'en ai fait une autre sur Johnny Depp. Celle-là, j'ai des copines qui veulent souvent la regarder ! ».

Ces différents propos nous amènent à souligner combien du point de vue de l'histoire des innovations technologiques, s'affirme ici la primauté radicale de la logique de l'usage. Suivant le rapport des technologies aux sociétés humaines, dans le rapport entre objets techniques et vie quotidienne, le mobile représente un cas intéressant d'un objet de masse mais dont l'utilisateur finalise l'apparence et le contenu, et qu'il va même jusqu'à un certain point *designer* (au sens anglo-saxon du terme). Dans l'histoire des techniques et de l'innovation technologique, Internet et le mobile sont exemplaires de ce qu'on appelle le *user-turn*, qui introduit l'utilisateur dans le processus d'innovation. C'est une stratégie de mise en marché qui s'appuie sur la poïétique des usagers, leur créativité. Et c'est pourquoi, ils donnent lieu à des pratiques d'expression de soi.

Parmi les jeunes interrogés, nous voudrions nous attarder sur la personne de K., 19 ans, BTS Electro Technique, résident dans une cité de la région parisienne. Il est à la fois un téléchargeur de « son manga », un créateur de gif animé pour les skyblogs de copains, un joueur de *World of Warcraft* fier de son avatar, un lecteur et questionneur de forums sur ses différentes passions, un blogueur attentionné compilant les photos de sa petite amie sur un blog, testant sa popularité sur un site de votes à partir de photos de lui (« tube de dentifrice.com »), rédigeant à quatre heures du matin un samedi nuit des billets « délirants » avec son meilleur ami, écrivant des sms à n'y rien comprendre pour ses copains ou ne « mâchant pas ses mots d'amour » dans les texto amoureux.

La possibilité même d'un tel parcours de l'individualité de K. à travers ses différentes facettes d'un sujet donne à observer de lui-même un quasi-autoportrait cubiste. Ce chaînage expressif entre différents supports et formats donne lieu à une originale « extimité à facettes des individus ». Extimité au sens où le Soi ainsi exprimé à travers différents contenus expressifs, les siens ou ceux des autres, est rendu visible et lisible dans l'espace d'auto-publicisation que représente Internet (Allard, 2007).

S'exprimer avec et par ces technologies par la création de contenus, que l'on a créés en propre (photos prises par soi-même au moyen du mobile, billet rédigé de sa propre main) ou que l'on fait sien en copiant-collant un lien, en republiant le clip d'un artiste que l'on apprécie etc., semble signifier, pour cette génération, s'exercer à éprouver différentes réponses à la question « qui suis-je ? » comme l'a aussi noté l'étude du *Digital Youth Project* (Ito, 2008).

Au cours de nos entretiens, nous avons en effet pu également remarquer combien les premiers billets de blogs s'écrivaient suivant la procédure du « copier-coller ». Il s'agit d'une procédure matricielle par laquelle se trouve prélevé dans l'océan de données en ballade sur le réseau, un premier geste d'appropriation de contenus divers venant d'autrui, à des fins expressives de présentation de soi (Allard, 2009a).

On était trois copines, j'ai fait un skyblog, on faisait tourner des infos, des critiques des films qu'on adorait. Y en avait une qui était un peu « spéciale » elle a mis une photo d'elle avec un couteau. Ma mère a vu cela. Le problème avec Skyblog c'est que tout le monde peut le voir (A., 14 ans, Paris).

En 6ème, j'ai fait un skyblog pour « avoir un blog ». Y avait deux pages, des photos de moi, de mon chien, des images pour rire que j'ai pris sur d'autres blogs (W., 15 ans, Paris).

J'ai eu 5-6 skyblogs pour mettre des photos que j'aime bien. On a fait un skyblog à deux avec un mon meilleur ami juste pour délirer (K., 19 ans, banlieue parisienne modeste).

La possibilité de disposer de plusieurs blogs, d'en créer de nouveaux à chaque passage d'année supplémentaire comme on le constate chez les natifs digitaux interrogés, ou enfin d'écrire à plusieurs mains, sont d'autres exemples de la facettisation des identités, cette expression de soi sous une forme « cubiste ».

Des enjeux identitaires forts sont donc sous-jacents. Nous pouvons les appeler des pratiques expressives sachant que les petites créations que l'on fait soi-même ou que l'on fait sienne forment la matière à modeler pour exprimer celui ou celle que l'on aimerait être avec ses différentes facettes à explorer pour les lecteurs à venir.

D'une façon paradoxale, cette génération semble avoir un engagement plus sérieux avec ces technologies, vécues comme plus récréatives chez les adultes. Par le jeu, l'enfant explore le monde et c'est une posture des plus engageantes pour lui. Les natifs digitaux jouent sérieusement à se bricoler des identités, l'enjeu est de taille, c'est tout simplement eux-mêmes qu'il s'agit de construire. Si les sites de réseaux sociaux sont aussi une opportunité pour négocier et jouer avec une identité visuelle pour certains adultes, ces formes de production créatives pourraient apparaître purement dérivatives pour tous. Pas pour les jeunes qui considèrent leurs profils, leurs blogs, leurs baladeurs MP3 comme l'expression de leur identités personnelles, comme quelque chose de sérieux, qui répond à un besoin profond de savoir qui l'on est quand sa famille par exemple ressemble à un puzzle composé de « pièces rapportées » comme l'on disait autrefois - une famille où les frères qui n'en sont pas vraiment, des pères qui ne le sont plus à plein temps etc. Il va s'en dire que les formes de recomposition familiale contemporaines participent de cet arrière-plan social identitaire décrit comme individualisation réflexive. Là encore, dans les modalités de formation des identités personnelles et sociales, la réponse au « qui suis-je ? » dans la situation familiale recomposée se fait dans la réflexivité, la mise à distance formulable ainsi : « *je sais bien que ce n'est pas ma mère mais elle s'occupe de moi une semaine sur deux donc je peux bien l'aimer aussi* ».

1.2. L'hypothèse de l'individualisme expressif

C'est pourquoi, il est possible d'avancer l'hypothèse que les technologies digitales, d'Internet au mobile en passant par les jeux en tout genre, représentent, selon nous, un bon observatoire et un bon catalyseur de ce que certains sociologues désignent par l'individualisation réflexive. Notre hypothèse de *l'individualisme expressif*, mettant l'accent sur le travail expressif à travers lequel les individus *performent* leurs identités au moyen des dernières technologies digitales, s'appuie en particulier sur les propositions d'Ulrich Beck (2001), de Charles Taylor (1999) dans son étude du tournant expressiviste dans les *Sources du moi moderne* et d'Anthony Giddens et son concept de « modernité réflexive » (Giddens, 1991). Ces différents auteurs ont pointé la contingence, la distanciation et la réflexivité des individus vis-à-vis des modèles et rôles sociaux. Ils ont mis l'accent sur ce moment contemporain d'individualisation plus réflexif au sujet de « *qui voulons-nous être ?* ». Leur diagnostic est qu'en raison du processus de dé-traditionalisation des grandes institutions pourvoyeuses d'identités, comme la famille, le salariat etc., les identités personnelles et sociales ne sont plus données naturellement ni reproduites aveuglement. Elles deviennent, en partie, la résultante d'un travail expressif à travers lequel l'individu façonne sa biographie et se dote d'une identité certaine.

Notre hypothèse de l'individualisme expressif suppose de se tourner plus précisément vers l'une des « *sources du moi moderne* » mise en évidence par Charles Taylor (1999) avec le « tournant expressiviste » qui s'origine dès l'âge romantique dans la pensée du philosophe allemand Herder. L'expressivisme constitue l'une des sources plurielles du moi moderne, les bases d'une individuation nouvelle que l'on peut formuler suivant Herder : « *Chaque être a sa propre mesure* » (Taylor, 1999 : 461). Charles Taylor développe cette citation en expliquant que la « *notion de différence individuelle n'est pas nouvelle mais ce qui est nouveau, c'est que les différences ne sont pas seulement*

des variations accessoires à l'intérieur de la même nature humaine fondamentale ; ou encore des différences morales entre les individus bons ou mauvais. Elles impliquent plutôt l'idée que chacun d'entre nous doit suivre sa propre voie ; elles imposent à chacun l'obligation de se mesurer à sa propre originalité » (Taylor, *ibid.*).

Poser l'individualisme expressif comme contexte à l'œuvre dans les agencements singuliers d'énonciation que représentent les SMS, photos et vidéos mobiles, ne doit pas conduire à hypostasier un moment « post » ou « néo-moderne ». Le travail de Michel Foucault sur les « *modes institués de la connaissance de soi et leur histoire* » est alors précieux dans cette approche expressive de l'individualité contemporaine.

Il importe, selon lui, de mettre en avant « *les formes et modalités du rapport à soi par lesquelles l'individu se constitue comme sujet* » (Foucault, 2001 : 13) suivant l'historicité des différents modèles proposés pour l'instauration et le développement des rapports à soi ; pour la réflexion sur soi, la connaissance, l'examen, le déchiffrement de soi par soi, les transformations qu'on cherche à opérer sur soi-même (Foucault, 1984 : 41). Or ces formes et modalités participent encore de ce que Foucault désigne par « *technologies du soi* » (Foucault, 2001). Les « *techniques de soi* » renvoient « *aux procédures, comme il en existe sans doute dans toute civilisation, qui sont proposées ou prescrites aux individus pour fixer leur identité, la maintenir ou la transformer en un certain nombre de fins et cela grâce à des rapports de maîtrise sur soi et de connaissance de soi* » (Foucault, 2001 : 1032). Foucault parle aussi des « *arts d'existence* » à propos de ces technologies du soi (Foucault, 2001 : 1564) et ils viennent là instrumenter son idée de la « *stylistique de l'existence* » : « *Ce qui m'étonne, c'est que dans notre société, l'art n'ait plus de rapport qu'avec les objets, et non pas avec les individus ou avec la vie ; et aussi que l'art soit un domaine spécialisé, le domaine des experts que sont les artistes. Mais la vie de tout individu ne pourrait-elle pas être une œuvre d'art ? Pourquoi un tableau et une maison sont-ils des objets d'art, mais pas notre vie ?* » (Foucault, 2001 : 617).

Si l'on poursuit les propositions théoriques de la culture du soi dans un contexte d'individualisation réflexive, on peut considérer qu'à travers les blogs, les sites de réseaux sociaux, les photos prises sur mobile, les sms, les jeux en tout genre, les forums de discussion etc., il s'agit pour l'individu contemporain d'expérimenter et d'explorer des réponses plurielles à la question « Qui suis-je ? » à un moment où les réponses toutes faites ne sont plus disponibles. En s'exprimant sur Internet via les forums, les blogs, les médias sociaux tout en créant de petits objets expressifs multimédias comme les vidéos, les photos, les *playlists*, les individus ont la possibilité de styliser celle ou celui qu'il pense ou voudrait être, de l'exposer et en retour d'espérer des formes de validation intersubjective et de reconnaissance par autrui du caractère authentique de ce bricolage « *esthético-identitaire* » que représente un profil sur Facebook, un billet de blog etc. Les pratiques juvéniles décrites plus haut illustrent combien il n'y a plus de réponses toutes faites aux questions d'identités notamment chez ces jeunes en pleine formation d'eux-mêmes et qui plus est qui ont la possibilité de les « *béta-tester* » sous différents sites ou dispositifs.

Cette individualisation plus réflexive, qui suppose que les individus doivent trouver des réponses en partie par eux-mêmes à la question « qui suis-je ? », s'inscrit dans ce qu'on peut appeler le pôle compréhensif dans les sociologies de l'individualisme qui voit les processus d'individualisation du côté de la conscience des acteurs, et en souligne plutôt les aspects positifs et émancipateurs (développement d'une réflexivité, élargissement des marges d'autonomie, rapport plus marqué à une intériorité personnelle, dimension d'autoproduction de son identité ou reconfiguration des « nous » par une plus grande place laissée au « je » (Corcuff, 2005)). Les technologies d'expression individuelle et de communication sociale confèrent une capacité d'agir, donne un certain pouvoir et en cela elles répondent à un besoin profond : celui de s'exprimer, dire ce que l'on pense comme manifestation authentique de ce que l'on imagine ou désire être.

Il nous apparaît donc que la dynamique réflexive de la connaissance de soi et la reconnaissance par d'autres se déploient dans l'exploration de son univers de sens et de sa subjectivité. A la question liminaire « *qui suis-je ?* », les réponses semblent aujourd'hui quêter dans l'expression de ce que l'on aime et l'exploration de ses centres d'intérêts. Dire ce que l'on aime est une façon de dire qui l'on veut être sur cette scène de l'Internet. Les sites de réseaux sociaux *design* (au sens anglo-saxon du terme), modèlent cette expression des goûts dans la présentation de soi sur les profils avec la mention des artistes, films etc. que l'on apprécie sur MySpace ou Facebook. On retrouve là le premier sens de la notion d'expression théorisée par le romantisme, première manifestation de l'individualisme moderne

suivant le philosophe Charles Taylor (1999) : s'exprimer, c'est se formuler soi-même à travers une forme. C'est l'extériorisation d'une subjectivité, à laquelle nous aurons accès - celui qui l'exprime et celui qui la reçoit - qu'à travers une forme : agencements de mots, de couleurs... La publicisation est indissociable, comme l'a montré Habermas (1978), de la conquête de l'intériorité. Et c'est par l'expression publique de soi sur les blogs, les profils, les avatars etc. - tous ces « signes du soi » distribués au fil du web - que se reconnaît désormais la subjectivité, l'intériorité des individus.

2. La culture du transfert

En s'exprimant sur Internet via les forums, les blogs, les médias sociaux ou en créant de petits objets expressifs multimédias comme des MMS, des vidéos, des photos ou des *playlists*, les individus façonnent leur subjectivité, l'exposent et la valident. Mais qui n'a pas observé nos natifs digitaux, ces jeunes qui ont grandi à l'ombre des réseaux et technologies digitales, échanger logos, sonneries, photos, vidéos, jeux... le plus souvent transférés de leurs ordinateurs via la technologie *bluetooth*, avec des cartes SD (Secure Digital) et des câbles divers emmêlés dans le désordre des chambres d'adolescents. Avant de décrire empiriquement cette culture matérielle du transfert, au sein de laquelle se configure pragmatiquement l'Internet mobile, il est opportun de contextualiser ces pratiques du point de vue de l'histoire des technologies et de leurs modes de consommation connus jusqu'alors pour comprendre la possibilité même d'une culture du transfert entre pairs.

2.1. Matrice du *peering* : les technologies de la singularisation culturelle

Une recontextualisation s'impose par rapport à l'histoire d'Internet lui-même. On qualifie ce « web des usagers » de web 2.0⁹. Affirmons-le encore et toujours : tout un ensemble de problématiques économiques (gratuité...), esthétiques (la mise en crise du régime auctorial...) et sociologiques (l'échange, le partage, le transfert de fichiers) à l'œuvre dans le web 2.0 se sont expérimentées avec le développement du p2p et ce dès 1999, année d'émergence de Napster. Cette matrice du *peering* est encore notable avec des pratiques de téléchargement qui sont devenues l'un des modes d'accès à la culture, qui s'en trouve là redéfinie comme culture de l'échange. Pour les générations qui ont grandi dans un univers digitalisé, la culture ne sera plus jamais un simple bien de consommation. On échange les fichiers sur Internet, on télécharge et via le mobile désormais on se le transfère. La culture de l'échange née de la mise à disposition des œuvres sur Internet se décline sous le mode de la transférabilité sur d'autres objets mobiles. Et ce indépendamment de la dernière appellation à la mode du web et d'Internet. Ce passage d'une culture de la distribution marchande de biens matériels à une culture de l'échange de biens immatériels s'origine bien avec les dispositifs technologiques de p2p imaginés en 1999 (Napster) et sont typiques des innovations horizontales pour et par les usagers décrites par Van Hippel (2001).

Les pratiques de téléchargement notamment ont été analysées comme des technologies de la singularisation culturelle (Allard, 2005). Elles supposent une logique d'appropriation des objets culturels qui possède une matérialité forte. Les manipulations auxquelles elles donnent lieu ont en quelque sorte désacralisé la culture et imposé une signature personnelle aux objets culturels. Le *fansubbing* constitue l'une des micro-pratiques associées au téléchargement. Ces sous-titres de séries sont appréciés par plusieurs de nos interviewés :

Je reçois tous les jeudis l'épisode sous-titré de mon manga et le vendredi le scan du livre. Ensuite je le grave et je le stocke aussi (K., 19 ans, banlieue parisienne modeste).

⁹ Le Web 2.0, suivant les termes employés par Dale Dougherty, Craig Cline et Tim O'Reilly, vient rendre compte d'un tournant significatif du web dans le cadre d'une conférence tenue en octobre 2004. Ils souhaitaient par ce terme mettre l'accent sur la transformation tendancielle du web en « plateforme de données partagées » via le développement d'applications qui viennent architecturer des réseaux sociaux issus de la contribution essentielle des usagers à la création de contenus et des formats de publication (blogs, wiki...). Le Web 2.0 est venu alors désigner la dernière mue d'Internet en plateformes de communication en plateforme d'échanges sociaux via des données expressives, émanant des usagers. Sur le dit web 2.0, cf. *Médiamorphoses* n° 21, « 2.0 ? Culture numérique, Cultures Expressives », sous la direction de Laurence Allard et d'Olivier Blondeau (2007).

Je vais sur les sites de sous-titrage des séries américaines que je synchronise ensuite avec VLC. La traduction est impeccable. On voit les signatures des teams de fansubs dans les sous-titres. Je suis épatée de la qualité de la traduction des blagues en anglais (J., 28 ans, banlieue parisienne chic).

Il faut souligner le caractère inventif de ces pratiques de sous-titrage, supposant la collaboration de différents bénévoles au sein d'une team dotée de tout un ensemble conséquent de compétences techniques et linguistiques. Le *fansubbing* s'apparente plutôt à la logique de « vernacularisation » proposée par Arjun Appadurai (2001), afin de pointer les modalités « d'indigénisation » de pratiques culturelles ou loisirs d'un pays à un autre, tels les matchs de cricket anglais retransmis traduits sur les chaînes de télévision indiennes, devenus par là sport national indien. De plus, la signature des sous-titres nous incite à les assimiler à des interprétations du film par des spectateurs pour d'autres amateurs. Ce qui nous amène à dire que sur les réseaux p2p sont donc exposés et appropriables des objets filmiques ontologiquement singuliers, des films aussi uniques que les individus qui les font circuler en les « encodant » après qu'ils les aient reçus. C'est en ce sens que l'on peut définir ces objets audiovisuels singuliers.

Cette appropriation des contenus culturels donne lieu non seulement à la posture traditionnelle de consommation culturelle mais elle suppose aussi tout un ensemble de manipulations techniques et matérielles qui participe là encore d'une domestication certaine des contenus culturels (télécharger, synchroniser le sous-titrage, graver, stocker...). Ces gestes devenus ordinaires, ritualisés parfois (« *le manga du jeudi* » de K.) participent déjà d'une forme de communication avec d'autres amateurs de séries, de manga mais sur un mode anonyme, sur le principe social de la solidarité technique qui est au principe même des dispositifs de p2p.

2.2. Ce que j'envoie de mon mobile : la culture matérielle du transfert

Aux côtés des services qui restent encore coûteux promus par les opérateurs de télécommunications de convergence entre Internet et mobile, les pratiques juvéniles de transfert de contenus entre différents supports et technologies délimitent de façon pragmatique le contour d'un web mobile et articulent finement culture de l'échange entre pairs et culture mobile.

Avec le mobile qui est souvent l'unique appareil de prise de vue pour ces ados, les photos sont également disponibles, encore une fois, sous la main et comme il leur manque des capacités de stockage, les photographies sont transférées sur l'ordinateur sauf images exceptionnelles qu'on juge belles à montrer, en les exposant sur leur mobile.

J'ai filmé le feu d'artifice du 14 juillet, dès que je l'ai tourné je le mets sur mon ordi. Mais j'ai des photos sur mon ordi et mon portable. Des moments immortalisés. Un écureuil que j'ai vu pour la première fois de ma vie ; je l'ai montré à tout le monde sur mon portable (K., 19 ans, banlieue parisienne modeste).

En mettant en circulation des montages vidéos de son cru, des albums photos personnels, des versions remixées à son goût de hits musicaux via le mobile, on recherche tout autant l'exposition de son travail expressif et créatif que sa validation dans des réseaux de pairs.

Ces pratiques définissent une *culture du transfert*, qui vient *designer* (au sens anglo-saxon) le téléphone portable, selon les besoins, en écran ou haut-parleur à des fins de visionnage collectif des montages photos, vidéos que ces adolescents et ces étudiants auront d'abord travaillés sur ordinateur ou téléchargés via Internet ou encore pour proposer des concerts publics de leurs derniers goûts musicaux (Menrath, Jarrigon, 2007). Plusieurs entretiens documentent cette pervasivité entre les dispositifs, un « *pluggage* » entre l'appareil mobile et l'ordinateur personnel, un chaînage expressif entre *différentes technologies du soi*.

La « *stylistique de l'existence* » (Foucault, 1997) que permettent d'explorer les technologies du soi que représentent Internet et le téléphone mobile, se décline également sous la modalité de l'échange de supports matériels d'inscription des contenus.

La clé *USB* se révèle comme la clé de cette culture matérielle de l'échange. De nombreux exemples ont été mentionnés dans les entretiens :

Un titre musical me plaît chez un copain je le charge sur ma clé USB (J., 28 ans, banlieue parisienne chic).

Mon petit frère m'apporte les titres nouveaux sur clé USB (K., 19 ans, banlieue parisienne modeste).

J'échange un dossier artiste musique pour avoir chacun notre intégrale par clés USB (J., 28 ans, banlieue parisienne chic).

Dans cette pragmatique des échanges matériels, l'Internet mobile des usagers se configure dans des situations de partage de goûts au cœur du lien amical, à travers une circulation intensive entre terminaux fixes et mobiles. Le lien amical nourrit par des échanges et partages de contenu tient aussi à un fil, le fil des câbles reliant tous les dispositifs et technologies à disposition dans les chambres des natifs digitaux. La mise en partage peut s'effectuer dans la pragmatique du *phototagging* courant sur Facebook (avec ses 10 milliards de photos partagées début 2009), c'est à dire l'indexation personnelle des photos dans un réseau d'amis assemblés sur ce site de socialisation. Avec ce partage de photos par la procédure techno-sociale du *photagging* - une modalité d'indexation sociale de contenus - et à travers les commentaires des photos ainsi mises en ressources communes pour nourrir des interactions en réseau, il s'agit pour les personnes interrogées « *de pérenniser de bons moments, de poursuivre la conversation* » (A., Paris, 14 ans). La mise en partage de contenus expressifs est encore le motif qui inspire l'écriture d'un nouveau billet sur son skyblog : « *Je fais un nouveau billet, un nouveau Skyblog parce que j'ai une belle photo à montrer, des photos de vacances, une dédicace à faire* » (K., 19 ans, banlieue parisienne).

Ainsi K. (19 ans, banlieue parisienne modeste) transfère-t-il la musique de son ordinateur à son mobile par un adaptateur de carte SD. Il télécharge son épisode de manga ou des jeux sur Internet puis les encode en MPG4 pour les transférer sur sa PSP. Il réalise également des captures d'écrans *meilleures parties* sur PSP, se les transfère sur ordinateur afin de les revoir car « *cela donne envie de jouer, de faire des nuits blanches. Enfin, entre copains, on s'envoie des fichiers musicaux par MSN et ensuite je les transfère par câble sur mon baladeur* ». Autre exemple : « *je fais des photos sur mobile, je les mets sur Facebook et on se les échange aussi par Bluetooth. Seulement les images, la musique c'est trop long* » (W., 15 ans, Paris).

Dans cette mise en connexion intime des supports d'inscription, des dispositifs en ligne, des objets techniques, le mobile apparaît comme une technologie nécessaire moins ludique que l'ordinateur connecté mais qui vient en complémentarité avec des pratiques de surf et de texting simultanées.

Parmi les supports de transfert et de sauvegarde, on peut encore citer des personnalisations assez singulières comme une *PSP devenue un quasi ordinateur portable*.

Parmi les personnes interrogées, K. (19 ans) a fait de sa PSP un quasi ordinateur portable à la fois mobile mais aussi à valeur d'usage exposable. Il y transfère des jeux, des films par câble mais aussi des captures photo ou vidéos d'écran de parties de jeux.

On se les montre, on retrouve notre âme d'enfants, cela permet d'extérioriser, de retomber en enfance, en vieillissant on devient trop sérieux (rires).

J'ai des vidéos de *World of Warcraft* pour montrer mes exploits, comment mon avatar était réussi et essayer de les reproduire. Pour se souvenir du jeu, regarder les photos ensemble et reparler des parties (K., 19 ans).

Les baladeurs MP3, Ipod ou autres, sont selon les cas une sélection variée que l'on actualise suivant différentes sources. Les sites d'écoute en *stream* sont ainsi utilisés pour suivre l'actualité. Les pratiques de téléchargement sur différents sites vont alors suivre si l'on apprécie le morceau. Il sera ainsi transféré sur le baladeur numérique :

Je fais des sélections en fonction de mes activités : sport, avion, transport (K., 19 ans).

J'écoute mon IPod à la maison et dans le bus. Il y a des classiques (rock, Brassens...), des nouveautés et des découvertes que j'ai faites par mes copains, les médias ou via Deezer. Si le morceau me plaît, je vais sur LimeWire le télécharger (W., 15 ans, Paris).

Le disque dur externe est conçu comme à la fois une extension de la réserve de mémoire personnelle que représente l'ordinateur et comme support d'échange de photos, de musiques. Il peut ainsi remplacer la clé USB. Il faut noter ici l'incorporation des technologies non au sens prothésique du terme mais si ces technologies de conservation externe sont parfois, aux dires des interviewés, une extension d'eux-mêmes, c'est tout simplement parce qu'elles supportent, inscrivent leur subjectivité, leurs centres d'intérêts, ce qu'ils aiment ou des contenus qu'ils aiment à partager comme les photos de famille ou d'amis.

Ainsi, à la fin de l'entretien, dans la voiture en me raccompagnant, K. (19 ans, banlieue parisienne modeste) me raconte en confidence que son disque dur externe a flashé il y a quelques semaines : « *J'y avais mis tous mes manga, que j'ai eu un mal fou à tout récupérer, toutes mes photos de voyage. Je suis encore choqué, tout bizarre* ».

Enfin, il faut noter l'usage de la carte SD. Pour les adolescents, le mobile étant un quasi couteau suisse, la carte SD leur sert de support de transfert des musiques photos vidéos qu'ils ont prises sur leur mobile afin de les stocker sur l'ordinateur. Elle sert également à confectionner les *playlists* sur leurs mobiles : « *Je mettais de la musique dans ma carte SD mais elle ne marche plus. J'ai eu un baladeur depuis un an* » (W., 15 ans, Paris).

Sur le terrain des pratiques juvéniles, on peut donc affirmer que pour les générations qui ont grandi dans un univers digitalisé, la culture ne sera plus jamais un simple bien de consommation. On échange les fichiers sur Internet, on télécharge et via le mobile désormais, on se les transfère depuis les pairs jusqu'à des inconnus.

2-3 Culture du transfert et pays émergents : des diasporas interconnectées.

La France était par tradition une terre d'accueil des migrants du monde entier. Au travers d'enquêtes réalisées avec nos étudiants, il nous est apparu combien cette culture du transfert était aussi présente dans les usages des pays émergents. Cette culture du transfert fait lien dans les diasporas africaines ou caribéennes et vient nourrir l'interconnexion diasporique.

Des études comme celles des anthropologues Jan Chipsase (2006) ou Jonathan Donner (2007) ont mis en évidence la routinisation du hack économique du mobile : les pratiques de partage d'appareils, la revente de minutes ou le commerce parallèle de la culture de la réparation ou les codes du *beeping*¹⁰, D'autres enquêtes, dans le prolongement de ses travaux, ont mis l'accent sur le rôle de la culture du transfert dans une économie de la pauvreté en matière de téléphonie mobile. Nous pouvons ici citer le travail mené par des étudiantes lilloises sur les usages du mobile au Sénégal¹¹ afin de documenter les « routes grises » (Appadurai, 2001) de la culture du transfert. Les jeunes sénégalais interrogés par ces étudiantes ont déclaré se procurer tout d'abord, leurs mobiles, non pas dans l'agence où ils achètent leur puce mais le plus souvent dans les marchés de première main et de seconde main. Les appareils de première main peuvent venir de Mauritanie, pays voisin. Et même si on leur reproche leur mauvaise qualité puisqu'ils sont importés de Chine, ces mobiles présentent l'avantage d'un menu en arabe pour les personnes religieuses ou les élèves coraniques qui ne peuvent pas lire le français. Les appareils de deuxième main, revendus par leurs propriétaires aux commerçants des marchés, viennent soit de France, soit d'Europe. En effet, la majorité des mobiles au Sénégal ont été ramenés par les immigrés qui les offrent à leurs familles ou les revendent. Ces mobiles servent parfois de monnaie d'échange pour des mobiles de meilleure qualité achetés sur place. Les Nokia 3310 ramenés de France par les migrants sont par exemple revendus environ pour 20000FCFA (30 euros) en échange d'un portable avec appareil photo et vidéo.

¹⁰Pratique qui consiste à appeler une fois pour se faire rappeler sachant que le *beeping* possède ses propres codifications (ainsi le garçon rappelle la jeune fille dans le cas d'une relation amoureuse), cf Donner (2007).

¹¹cf notamment l'étude de Laure Tellier, Charlotte Pinder, étudiantes en Licence Industries Culturelles et Médias, Université Lille 3, enquête disponible à l'adresse suivante : http://wiki.politechnicart.net/doku.php?id=2007:les_pages_des_etudiants_2007

Le desimlockage de ces appareils indispensable pour les mettre en fonctionnement coûte environ 80 000 FCFA (12 euros). Cette pratique interdite génère un véritable commerce parallèle sur les petits marchés du Sénégal. Plus rarement, certains pratiquent le troc : la vente de ses vêtements contre un portable, directement chez les revendeurs des marchés ou dans son cercle proche ou pour un besoin d'argent rapide comme le confirme ce récit :

Coly (25 ans) : "J'étais à la gare routière, un homme est venu me voir, il m'a dit qu'il devait partir très rapidement à Dakar mais qu'il n'avait pas d'argent. Il m'a demandé si j'acceptais de lui payer son voyage en échange de son portable. J'ai fait une affaire !"

Le discours sur la fracture numérique des pays émergents et les problématiques d'accès à Internet ont masqué, comme tous les discours néo-coloniaux, le rôle expressif joué par le mobile dans les pays dits émergent. Les taux d'équipement sont parfois ridicules dans les pays émergents mais pour les enquêtes de terrain ont mis l'accent sur différentes tactiques ordinaires de mise en commun d'appareils ou de forfaits. En règle générale, les cartes SIM vendues sont rechargeables, il y a très peu de personnes qui souscrivent à un abonnement téléphonique avec l'un des deux opérateurs. Mis à part les classes moyennes et aisés, qui peuvent se payer des forfaits téléphoniques, les utilisateurs achètent soit des cartes de rechargements dans les boutiques ou aux petits vendeurs soit se rendent à la "boutique" du coin, sorte d'épicerie qui vend de tout, pour acheter des minutes de communication¹². Il est enfin possible d'acheter du crédit pour d'autres ou de partager une carte de rechargement entre l'acheteur et la personne avec laquelle on souhaite discuter ou envoyer des SMS.

Comme en témoigne Fousséno (28 ans), malien établi au Sénégal : « *Moi, les filles que je drague, elles me demandent toujours de leur envoyer du crédit pour qu'elles puissent m'envoyer des textos, alors je l'envoie mais finalement elles ne m'écrivent rien du tout .* »

En France comme au Sénégal, les jeunes garçons et filles souhaitent tous un ordinateur, un baladeur iPod, un appareil photo numérique mais comme l'explique Ndaraw (27 ans) : " *Ici, on veut tous des MP3 ou des iPods, on n'a pas assez d'argent pour acheter un appareil photo numérique et on n'a accès aux ordinateurs que dans les cybers. Alors, on économise pour acheter un bon portable qui fait MP3 et appareil photo*".

Les portables font également office de disque dur mobile pour les sénégalais rencontrés par les deux jeunes chercheuses. Les mobiles « nouvelle génération », en plus des fonctionnalités expressives d'appareil photo et de baladeur numérique, sont aussi très recherchés quand ils possèdent une carte mémoire permettant un plus grand stockage de fichiers. Ces cartes mémoires sont échangées entre amis quand elles sont compatibles entre téléphones pour se faire découvrir ses nouveaux fichiers. Il n'est donc pas rare que les jeunes interrogés passent des soirées ensemble à boire le thé à regarder leurs téléphones et à se faire écouter leurs musiques, se montrer leurs images.

La connexion entre la culture du partage par le téléchargement sur ordinateur et la culture du transfert par *bluetooth* est aussi présente dans les dits pays émergents dans un contexte diasporique. En l'absence d'ordinateur à domicile, les personnes interviewées racontent le téléchargement des fichiers envoyés par des familles immigrées en France ou ailleurs, depuis le cybercafé sur leurs mobiles. Et le transfert musique, d'images peut ainsi s'initier

Papis (26 ans) : " Quand un ami a un bon son, je le veux pour le faire écouter à d'autres, alors bluetooth, c'est bien, c'est gratuit."

La connaissance empirique des fichiers partagés et transférés va également à l'encontre de représentations misérabilistes sur l'usage des technologies de communication dans les pays requalifiés d'émergents. Ainsi, il y a certes beaucoup d'images pornographiques mais dans l'enquête citée, ce sont surtout des femmes d'immigrés qui se les échangent, dans des situations de privation de rapports

¹² Le "boutiquier" possède deux mobiles, l'un avec une puce Orange, l'autre avec une puce de l'opérateur Tigo, pour que tous ces clients puissent racheter des minutes, quelque soit leur opérateur. Se déclarant revendeur de minutes dans les agences, la puce de son mobile est alors bloquée, il ne peut plus passer d'appels mais son appareil lui sert d'intermédiaire à la revente de minutes. Il achète ensuite auprès de différents opérateurs le crédit « en gros ». Les bénéficiaires lui reviennent en revendant les minutes à prix coûtant aux gens qui ne peuvent dépenser que de petites sommes. Cette pratique s'appelle *Sendoo* chez Orange, ce qui veut dire "partager" en wolof, et *Easy* chez Tigo. Ces minutes sont à consommer très rapidement sinon la ligne du propriétaire du mobile est coupée et celui-ci perd son répertoire.

conjugaux parfois pendant des années. Ce partage intense de fichiers pornographiques a été la cause d'un scandale au sein de la société sénégalaise lie suite à la diffusion d'une vidéo de *Sabar*, spectacle de danse traditionnelle fait par des femmes et pour des femmes. Lors d'un *Sabar*, certaines danseuses ont montré leurs sexes aux percussionnistes présents. Une personne présente a filmé la scène avec son mobile, la vidéo a été diffusée à large échelle. S'en sont suivies une série d'humiliations pour ces femmes qui étaient auparavant considérées comme socialement respectables. Des vidéos de *Sabar* filmés au portable circulent sur YouTube, comme celle retirée pour «contenus inappropriés » dans une boîte de nuit¹³.

Depuis les cybercafés, munies de cartes SD, usant de *bluetooth*, des diasporas de natifs digitaux interconnectés semblent bien inventer pragmatiquement l'Internet mobile, redéfini depuis les pratiques comme le site d'une individualisation expressive, qui peut déboucher sur la conquête d'un pouvoir-dire citoyen à l'échelle mondiale.

Bibliographie

- Allard, L. (2005). Express Yourself ! : blogs, pages perso, fansubbing : de quelques agrégats technoculturels ordinaires. In : Maigret, E. & E. Macé (dir.). *Penser les médiaculture*. Paris : Armand Colin. 145-172.
- Allard, L. (2007). Blogs, Podcast, Tags, Mashups, Cartographies, Locative Medias : Le tournant expressiviste du web. *Médiamorphoses*. N°21, 57-62.
- Allard, L. & O. Blondeau (2007) La racaille peut-elle parler ? Objets expressifs et émeutes des cités. *Hermès. Paroles publiques*. N° 47, avril 2007, 79-87.
- Allard, L. (2009), « Remix Culture : l'âge des cultures expressives et des publics remixeurs, actes du colloque Pratiques Numériques des Jeunes », juin 2009, CSI, Ministère de la Culture et de la Communication.
- Allard, L., (2009), *Le téléphone portable : une nouvelle mythologie*, ed. Le Cavalier Bleu
- Appadurai, A. (2001). *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris : Payot.
- Beck, U. (2001). *La société du risque*. Paris : Aubier.
- Chipsase, J (2006). Cultures of Repair, Innovation. Disponible à l'adresse suivante : http://www.janchipchase.com/blog/archives/2006/07/post_90.html
- Corcuff, P. (2005). Les approches sociologiques de l'individualisme contemporain et Foucault : éclairages critiques réciproques. Communication au Colloque international organisé par l'A.F.S.P. (Association Française de Science Politique), Paris.
- Donner, J. (2007). The rules of beeping : exchanging messages via intentional "missed calls" on mobile phones. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 13, no. 1, déc 2007 : disponible à l'adresse suivante : <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/donner.html>
- Foucault, M. (1982). *L'herméneutique du sujet*. Paris : Gallimard.
- Foucault, M. (1984). *Histoire de la sexualité, vol.3, Le souci de soi*. Paris : Gallimard.
- Foucault, M. (2001). L'écriture de soi. In : *Correspondance Dits et Ecrits*, tome IV, texte n° 329. Paris : Gallimard. 54-88.
- Foucault, M. (2001). Technologies du soi. In : *Correspondances, Dits et écrits*, vol. 4. Paris : Gallimard. 783-813
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self Identity. Self and Society in the Late Moderne Age*. Cambridge : Polity Press.
- Le Web participatif et les contenus créés par les utilisateurs*, rapport à télécharger sur <http://www.oecd.org/dataoecd/51/62/40942902.pdf>
- Manovich, L. (2005). The Poetics of Augmented Space : Learning from Prada. http://www.manovich.net/DOCS/augmented_space.doc
- Menrath, J & A. Jarrigon (2007). *Le téléphone mobile aujourd'hui. Usages et comportements sociaux. 2ème édition, rapport final*, juin 2007, Discours et Pratiques-Association Française des

¹³Vidéo encore visible sur <http://www.rue89.com/2007/09/28/une-histoire-de-fesses-enflamme-le-web-senegalais>

Opérateurs

Mobiles :

http://www.afom.fr/v4/TEMPLATES/contenus_12_nossom.php?doc_ID=720&rubrique_ID=309&rubLimit=190

Mizuko, I. (dir.)(2008). *Living and Learning with New Media : Summary of Findings from the Digital Youth Project*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning, November 2008, consultable sur <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/report>.

Rapport ART-CREDOC, *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, juin 2008.

Taylor, C. (1999). *Les sources du moi. La formation de l'identité moderne*. Paris : Le Seuil.

Tellier, L. & C. Pfinder (2007). Usages pratiques du téléphone au Sénégal, 2007, http://wiki.politechnicart.net/doku.php?id=nouvelles_formes_de_l_echange_culturel

User Created Content – Soutenir une société de l'information participative, Etude internationale commandée par la Commission Européenne, et réalisée par l'IDATE et deux cabinets néerlandais, TNO et IViR. 2008.

Van Hippel, E (2005). *Democratizing Innovation*, MIT. Téléchargeable sur : <http://web.mit.edu/evhippel/www/books.htm>