



Le Ka documentarisé et la culture de l'information.

Olivier Le Deuff

► **To cite this version:**

Olivier Le Deuff. Le Ka documentarisé et la culture de l'information.. Actes de la deuxième conférence Document numérique et Société, Feb 2009, France. pp.431-444, 2008.

HAL Id: sic_00360759

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00360759

Submitted on 11 Feb 2009

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Le *Ka* documentarisé et la culture de l'information.

Olivier Le Deuff

Université Européenne de Bretagne

PREFics.UMR LCF 8143. Université Rennes 2- Haute Bretagne.

Résumé :

Le *Ka* documentarisé est le double numérique constitué de nos activités volontaires ou non sur les divers réseaux et qui se voient de plus en plus indexées. L'individu devenu document est utilisé ainsi à divers usages notamment liés à la surveillance ou à l'exploitation commerciale et publicitaire. Le double numérique se joue entre une identité passive difficile à contrôler et une identité active qu'il convient de construire. L'enjeu de la culture de l'information est de former à la bonne gestion de ce double qui véhicule la réputation de l'individu. Par conséquent, les objectifs et les ambitions de cette dernière se rapprochent de la voie amorcée par la *translittératie*. Il s'agit donc de former non seulement à la recherche d'information mais également à la conscience de ses activités numériques, à l'identification du besoin de communication et au bon usage communicationnel.

Mots-clés : redocumentarisation, identité numérique, culture de l'information

Notre propos est de montrer que la redocumentarisation du monde (PEDAUQUE, 2007) franchit un nouveau pallier avec l'indexation de plus en plus fine de nos activités personnelles qui fait de notre double numérique un document qui prend forme dès la naissance¹. L'individu ou tout au moins son double numérique, voit ses activités tracées et répertoriées et pouvant être exploitées notamment à des fins commerciales. Il émerge comme un *Ka* documentarisé qui comme dans les mythes égyptiens naît en même temps que l'utilisateur mais qui lui survit au-delà de son existence avec la conservation et la présence des données en ligne (ZISKIND, 2004) :

« *Double uni au corps, il est de toutes les activités quotidiennes de l'homme. Puissance vitale, il confère protection, bonheur, santé et joie. Le Ka est capable de poursuivre une vie dans l'au-delà inspirée de sa vie antérieure.* »

L'individu voit ses traces et ses activités répertoriées et indexées et donc transformées en documents exploitables (*documentarisation*) et réexploités à diverses fins (*redocumentarisation*). Ce mouvement s'inscrit dans ce que nous avons décrit précédemment sous le terme d'Arcadie² qui constitue le prolongement du web 2.0 avec l'exhibition permanente des activités des usagers. Certains spécialistes de l'Internet comme Howard Rheingold vont jusqu'à prédire la fin de l'anonymat voire de la vie privée. Par conséquent les projets de culture de l'information et dans sa version internationale d'*information literacy* doivent redéfinir conséquemment leurs ambitions.

1. Indexation des usagers versus indexation documentaire.

Finalement, il semble qu'il y ait opposition entre une volonté scientifique et technique pour progresser dans l'indexation documentaire de tous les types de documents, que ce soit par le biais de langage sémantique ou d'autres types de métadonnées, et la sphère commerciale qui cherche à mieux référencer les produits et surtout à indexer les goûts et activités des internautes pour une logistique publicitaire efficace qui atteint directement le cœur de cible désiré. L'exemple de la stratégie *beacon* de Facebook illustre bien cette tentative de mettre en place une publicité axée sur les besoins de l'utilisateur. Tandis que le mouvement de centralisation des diverses activités des usagers sur le web progresse au travers des avancées autour de l'*OpenID*, l'émergence des projets sémantiques demeurent restreints à quelques communautés de spécialistes et ne sont pour le moment limités qu'à certains documents. Nous observons plutôt une tératogenèse documentaire (LE DEUFF, 2007a) face à des documents sans cesse fluctuants. Néanmoins, il est possible que les différents modèles d'indexation finissent par converger avec un rapprochement entre ontologies, métadonnées et folksonomies³. Seulement l'intérêt actuel ne porte pas seulement sur le document mais bel et bien sur les internautes.

Il convient alors de s'interroger également sur la mise en place des systèmes d'identifiants numériques, qui permettent certes à l'utilisateur de ne plus avoir à renouveler sans cesse d'inscriptions et de pouvoir rassembler en un lieu toutes ses activités, mais qui doit nous questionner sur les usages qui pourraient être faits de ces données. D'ailleurs, c'est bien la question centrale du web 2.0 posée par Tim O'Reilly : à qui appartiennent les données ?

¹ Une requête sur des jeunes enfants sur Google montre que bien souvent des traces numériques existent déjà notamment la mention de leur naissance dans des quotidiens mettant en ligne leurs archives.

² O. Le Deuff. Et in arcadia ego : vers une culture de l'information et de la communication. Billet de l'invité d'Urfist-info du 31 août 2007. <http://urfistinfo.blogs.com/urfist_info/2007/08/et-in-arcadia-e.html>

³ Nous songeons ici au projet de la communauté du Dublin Core qui travaille sur les folksonomies. Sur le sujet, voir le site du projet : <<https://dublincore.org/groups/social-tagging/>>

D'autant que la sécurité de ces dernières ne sont pas toujours assurées comme peuvent en témoigner plusieurs affaires comme celle la mise à disposition involontaire des fichiers de ses abonnés par AOL en 2006. L'enjeu est d'importance et les principaux acteurs des réseaux sociaux s'interrogent sur portabilité et l'interopérabilité des profils avec des réflexions sur un identifiant universel. La mise en place de tels identifiants contribuerait au succès de sites comme *Spokeo*⁴ qui font le pari du succès des pratiques qui consistent à être au courant des moindres activités des personnes de son réseau. En effet ce site scanne les adresses mails de votre compte type *gmail* ou *hotmail* et retrouve ainsi les actions effectuées par ces personnes sur des sites de type web 2.0 comme *Flickr*, *Twitter* ou autre. La stratégie de *spokeo* s'inscrit donc dans la lignée de celle de *Twitter* ou de *Facebook* qui vous renseignent sur les activités des membres de votre réseau. Voilà autant de moyens pour les stratèges du marketing viral de mettre en place des campagnes publicitaires. Nous notons que *spokeo* emploie l'expression étonnante « d'importer ses amis » (« *import my friends* ») Ici ce n'est pas le panoptique de Foucault ou *Big Brother* mais plutôt le *nonopticon* (VAIDHIANATHAN, 2008) où chacune de nos activités sont transformées en documents consultables et qui sont redocumentarisées notamment à des fins de surveillance.

2. La redéfinition des identités : l'identité re-documentarisée

Les travaux sur l'identité numérique remonte à la création des bases de données notamment celles nous attribuant des numéros tel celui de la sécurité sociale. La crainte d'un recoupement de nos données et d'un suivi de nos traces s'est évidemment accrue avec la numérisation bancaire. Toutefois, c'est bel et bien nos activités sur le web qui renforcent l'intérêt pour nos activités numériques tant le nombre de données laissées volontairement ou non ne cesse de s'accroître. Au premier chef de ces risques vient d'emblée celui des « identités passives » (*passive identities*) Les identités passives regroupent les activités numériques qui ne sont pas gérées de manière actives ou de manière consciente. Deux autres concepts sont ainsi utilisés et mis en relation "*dataveillance* et *information privacy*" qui sont étroitement liés avec celui de *digital persona* forgé en 1994 par Roger Clarke (CLARKE, 1994) chercheur et consultant australien chez Xamax, une société de consulting en stratégie et politique informationnelle pour des organisations gouvernementales. Clarke définit ainsi deux types d'identités, la passive et l'active que Bruno Devauchelle⁵ a tenté de cartographier. L'identité passive s'apparenterait plus à la trace laissée notamment par inadvertance ou qu'il est difficile d'éliminer tandis que l'active correspondrait au contraire à une volonté, à une intentionnalité. L'enjeu actuel est que toute trace devient documentarisée et que la différence entre la trace (SERRES, 2002) et le document s'estompe et se complexifie d'autant que le *Ka* s'inscrit dans un processus d'extériorisation de l'homme.

Le *Ka* documentarisé peut se voir appliquer mal la division des trois dominantes de Pédaque au travers des identités passives et actives. Le texte (JEANNERET, 2000) dans sa définition élargie au sens de « nécessitant une lecture » demeure essentiel dans la « forme » tandis que le contexte diffère selon les identités passives ou actives dans la dominante « signe ». L'hypertexte tend à s'accroître dans la partie « medium » au point que certains ne voient dans le web 2.0 qu'un nouveau nom (MILLARD, 2006) désignant les mutations de l'hypertexte.

Tableau. 1 Division Identité passive/Identité active au travers de la définition de Roger Pédaque

Activités	Identité passive	Identité active
	Trace	Communication personnelle

⁴ <<http://www.spokeo.com>>

⁵ <<http://www.cepec-lyon.info/INBD2008.pdf>>

Forme	Structure textuelle. (permanence du texte)	
	-Structure de nos activités en codes : xml, html) - Codes et flux - Puces et implants	- Esthétique de la communication (CV en ligne ex : doyoubuzz ⁶ , page Facebook ou Myspace, blogs, système de gestion d'identité ex : Ziki, ou portfolios éducatifs) - Construction de son Image (photos, avatars d'univers virtuels, avatars de blog ex : mybloglog ⁷)
Signe	Contexte	
	- Inscription (cookies, historique, favoris, adresse Ip, transactions bancaires, numéros de téléphone, requêtes sur des moteurs, inscriptions sur des sites, etc.)	- Transmission - Intentionnalité et recherche d'un public.
Medium	Permanence et accroissement de l'hypertexte.	
	Relation acteur-voyeur (<i>nonopticon</i>) - Observé - Signalé - Critiqué - Tagué	- Relation auteur-lecteur (auteur, commentateur) - Relation sociale (Blogolistes, réseaux sociaux) - Mise en scène de son identité (plateformes de vidéos, communication klean-ex : Twitter) - Espace collectifs : wikis, forum, cours en ligne) - Folksonomies

L'autoportrait ou l'auto-documentarisation

⁶ < <http://www.doyoubuzz.com/>>

⁷ < <http://www.mybloglog.com/>> Le site acheté par Yahoo permet l'affichage sur son blog d'un avatar avec quelques données personnelles. Mais le site permet surtout d'afficher l'avatar des inscrits au service qui passent sur les blogs équipés du système. Le site illustre parfaitement d'ailleurs l'état d'esprit du double numérique actuel en étant à mi-chemin entre la transparence totale et la valorisation de soi par la présence des autres.

Cette construction de l'identité active dont doit s'emparer la culture de l'information renvoie fréquemment à la construction de son image personnelle, son image de marque en quelque sorte. Il est fréquent de rencontrer l'usage du terme avatar qui provient du sanskrit et qui signifie incarné. Or il nous semble justement que ces systèmes d'avatars, que ce soient la simple image utilisée dans les forums et les blogs ou le personnage animé des univers virtuels, ne sont justement pas incarnés mais bel et bien des artifices et des simulacres. Nous nous situons plus dans une logique proche du portrait style Dorian Gray voire de l'autoportrait. Christine effectue ainsi une comparaison avec les portraits réalisés par des artistes à la demande de personnalités riches et puissantes durant les siècles précédents. Ses portraits consistaient fréquemment à une mise en scène de la vie quotidienne des sujets ainsi peints, révélant de manière volontaire ou fortuite des éléments de leur vie :

« Les autoportraits peuvent être particulièrement instructifs. En montrant l'artiste à la fois comme il se voit sincèrement et comme il aimerait être vu, ils peuvent simultanément exposer et masquer, éclairer et distordre. Ils sont une opportunité d'expression autant que de recherche de soi. Ils peuvent déployer l'égotisme comme la modestie, l'auto-promotion comme l'auto-dérision. Aujourd'hui, nos autoportraits sont démocratiques et digitaux ; ils sont faits de pixels plutôt que de pigments. Sur des sites de réseaux sociaux comme MySpace et Facebook, nos autoportraits modernes s'agrémentent de musiques d'ambiance, de photos soigneusement retouchées, de flux de pensées en continu, et de listes de nos hobbies et de nos amis »
(ROSEN, 2007)⁸

Le terme de *Ka* documentarisé, plutôt que celui d'avatar, nous paraît alors plus opportun dans la mesure où ce double se situe dans une autre dimension rattachée à l'identité physique. Le double numérique demeure un masque qui n'est pas toujours conscient ou construit. L'identité numérique tend à devenir un double qui n'est pas séparé de l'identité physique. Les frontières entre en ligne et hors ligne s'estompent. D'ailleurs de nouvelles solutions comme *syncplicity*⁹ permettent la réplique et la synchronisation des données contenues sur le disque dur sur un espace virtuel accessible depuis le web.

3. L'individu mot-clef

Il est fréquent désormais que les recruteurs tapent dans le moteur de recherche Google le nom des candidats à l'embauche. L'individu devient alors un mot-clef et l'enjeu de la recherche d'information n'est pas seulement le document pertinent correspondant au besoin

⁸ Traduction issue de non fiction.fr qui a synthétisé l'article en français. <http://www.nonfiction.fr/article-360-amitie_virtuel_et_nouveau_narcissisme_1.htm>

Texte original : « For centuries, the rich and the powerful documented their existence and their status through painted portraits. A marker of wealth and a bid for immortality, portraits offer intriguing hints about the daily life of their subjects—professions, ambitions, attitudes, and, most importantly, social standing. Such portraits, as German art historian Hans Belting has argued, can be understood as “painted anthropology,” with much to teach us, both intentionally and unintentionally, about the culture in which they were created. Self-portraits can be especially instructive. By showing the artist both as he sees his true self and as he wishes to be seen, self-portraits can at once expose and obscure, clarify and distort. They offer opportunities for both self-expression and self-seeking. They can display egotism and modesty, self-aggrandizement and self-mockery. Today, our self-portraits are democratic and digital; they are crafted from pixels rather than paints. On social networking websites like MySpace and Facebook, our modern self-portraits feature background music, carefully manipulated photographs, stream-of-consciousness musings, and lists of our hobbies and friends..»

⁹ <<https://my.syncplicity.com/>>

d'information mais de trouver la personne fiable. Plus nos activités sont indexées finement, plus les moteurs parviendront à dresser un portrait précis de nous. Nous remarquons que la recherche par similarité s'étend de plus en plus aux personnes sur les plateformes de rencontre évidemment mais aussi sur des sites comme Facebook avec la fonction « vous connaissez peut-être » qui fonctionnent sur le principe : l'ami de plusieurs de mes amis peut être un ami. Nous avons montré que Spokeo tente de faire de l'individu un mot-clef lucratif. D'autres sites tels Ziki¹⁰ dont le slogan est « *soyez visible* », ont ouvert leurs services en achetant les liens commerciaux sur le nom de leurs premiers membres qui en faisaient la demande. Egalement, certains sites prétendent pouvoir dévoiler un maximum de résultats sur une personne. C'est le cas du site Pipl¹¹ qui va plus loin que la recherche nominative sur Google. Toutefois, il est difficile après plusieurs tests de prétendre qu'il révèle des informations véritablement confidentielles.

Tandis que certains prétendent tout révéler, d'autres voudraient dissimuler et effacer des traces indésirables. Des enjeux sociaux mais aussi commerciaux voient le jour : désormais le marché de la réputation numérique prend de l'essor. Certains prestataires comme Garlik¹² pour le Royaume Uni) et Reputation Defender¹³ affirment pouvoir effacer les traces et données que les internautes auraient pu laisser par inadvertance et tentent de garantir ainsi la vie privée de leurs clients. Leur technique de gestion et d'effacement des traces est bien évidemment jalousement gardée. La gestion de l'empreinte numérique (*digital footprint*) devient dès lors primordiale. La croissance des publications liée à cette question laisse présager de nouveaux marchés qui dépassent la seule volonté des marques à se faire connaître mais celle de professionnels soucieux de leur image. La crainte c'est également l'usurpation d'identité et son utilisation à des fins commerciales en utilisant la notoriété d'une personne. Le consultant mais aussi blogueur Frédéric Cavazza¹⁴ a été ainsi victime ainsi d'une escroquerie. Les réseaux sociaux regorgent ainsi d'usurpateurs même si les phénomènes concernent principalement les personnalités publiques ou politiques. Par conséquent, la difficulté d'indexation demeure d'autant que la redocumentarisation du double peut prendre diverses formes notamment lors de mises en scène hybrides grâce à des stratégies de mixage à l'instar des *mashups* pour les applications. La réutilisation de morceaux musicaux lors de clips en *playback* comme nous pouvons en voir fréquemment sur les plateformes de vidéo en ligne participe de cette complexité. L'enjeu de l'individu mot-clé est bien sûr celui de sa notoriété et la présence de classements de blogs, notamment celui de wikio¹⁵, montre bien la tentation de classer les individus à partir de domaines voire de requêtes dont les résultats sont réalisés avec des algorithmes basés sur la popularité. Par conséquent, la réputation va de plus en plus reposer sur le bon usage des réseaux sociaux et sur la gestion efficace des « liaisons ».

4. La réputation et les liaisons

Le terme réputation vient du latin *reputatio* qui signifie évaluation. Il s'agit donc de conférer de la valeur à son double. Or parfois, notamment chez les plus jeunes, des stratégies d'autodérision voire de destruction pouvant aller jusqu'au « suicide numérique » sont

¹⁰ < <http://www.ziki.com/>>

¹¹ < <http://pipl.com/>>

¹² < <https://www.garlik.com/index.php>>

¹³ < <http://www.reputationdefender.com/?lang=fr>>

¹⁴ Usurpation d'identité : un faux Fred Cavazza dans la nature.

<<http://www.fredcavazza.net/2008/05/27/usurpation-didentite-un-faux-fred-cavazza-dans-la-nature/>>

¹⁵ < <http://www.wikio.fr/blogs/top>>

orchestrées. L'adolescent est ainsi parfois dans la dévalorisation apparente car il s'agit avant tout d'attirer l'attention et de s'intégrer de cette manière à un groupe plus important. Une enquête de l'Université de Dayton, mentionnée dans l'article de Christine Rosen, avait ainsi montré que 23 % de leurs étudiants s'étaient mal représentés sur Facebook. Le double numérique n'est ainsi pas isolé et se trouve donc être un médium placé dans un jeu de relations qui fonde la réputation, ce que décrit d'ailleurs Daniel Solove (SOLOVE, 2004). Le double est autant sous influence que véritablement influent si nous reprenons l'expression en vogue de « blogueurs influents ». L'identité numérique se situe dans un entredeux difficile à définir et à mesurer. Les travaux de Danah Boyd (BOYD, 2008) montrent bien cette construction de l'individu au sein d'un collectif. Seulement la vision du collectif des adolescents est fort souvent restreinte et la conscience de la transparence de leurs activités n'est pas toujours présente.

Ces règles de sociabilité impulsées par les réseaux sociaux, parfois complexes et restreintes à certains groupes, ne sont pas sans rappeler celles de la société de cour et notamment la vie à Versailles qui nous est contée par le Comte de Saint-Simon. Ce dernier décrit l'importance des liaisons et raconte ainsi l'épisode où de Noailles « *Noailles se propose de lier avec moi.* » afin de renouer avec le duc d'Orléans. Finalement, nous ne sommes pas si éloignés du *poke* de Facebook et la notion d'amitié n'y apparaît pas plus évidente :

*« M. de Noailles, qui avait été fort bien avec M. [le duc] et Mme la duchesse d'Orléans, était brouillé avec eux pour l'affaire de Renaut, (...) Ma liaison intime avec eux était publique; je passais pour l'ami de cœur et de confiance la plus totale du duc de Beauvilliers, et même du duc de Chevreuse: on n'ignorait pas que j'étais au même point avec le chancelier. »*¹⁶

Si certains plaident pour une étiquette¹⁷ des réseaux sociaux et des blogs, il semble que le rôle de la formation devient croissant tant les actions des adolescents sur le blog peuvent se révéler préjudiciables pour la suite de leurs vies d'adulte. La construction du double numérique doit donc être appréhendée relativement tôt tant il s'agit d'éviter à la fois les mauvais usages informationnels (LE COADIC, 1997) mais également désormais les mauvais usages communicationnels.

5. Les nouveaux objectifs de la culture de l'information : la voie de la translittératie.

Désormais il apparaît que la formation à la recherche d'information est insuffisante. Néanmoins, il convient désormais d'élargir la culture de l'information en prenant en compte davantage les dimensions techniques et communicationnelles tant les outils du web ne font que faciliter la publication personnelle d'informations ou tout au moins de données et ce de manière pas toujours consciente. Par conséquent, il s'agit de former non seulement à la recherche de l'information et à son évaluation mais également au bon usage communicationnel et à la gestion efficace, consciente et éthique de son identité numérique. La gestion de ses propres traces devient donc une priorité qu'il convient donc de ne pas négliger. Il s'en suit dès lors des stratégies d'intelligence personnelle ou de promotion personnelle (*personal brand*), des conceptions à l'origine concernant les entreprises ou les institutions via l'intelligence économique ou territoriale. Plusieurs questions méritent d'être étudiées par l'institution, notamment l'Education Nationale. Pourtant qu'en est-il lorsque toutes les

¹⁶ *Mémoires du duc de saint simon*. Tome 10. Chapitre II. <http://rouvroy.medusis.com/docs/1002.html?qid=sdx_q2>

¹⁷ Natacha Quester-Séméon milite ainsi pour une éthique des blogs et des réseaux sociaux liés au bon usage notamment de l'identité numérique, la *néthiquette* <<http://nethique.info/tag/r%C3%A9seaux-sociaux>>

données des usagers dépendent de l'offre d'un prestataire de service qui peut connaître une panne momentanée ou une cessation d'activités sans oublier les risques de vol d'identité ? A qui l'utilisateur peut-il donc faire confiance d'autant que les différences entre vie privée et vie professionnelle, réel et virtuel en ligne et hors ligne s'estompent ? Autant d'enjeux qui nécessitent de nouvelles compétences. Les littératies en la matière évoluent (LE DEUFF, 2007b) et le terme de *digital literacy*, qui désigne la maîtrise de son environnement numérique, prend de l'ampleur à côté de celui d'*information literacy*. Le dernier en date qui mérite notre attention est celui de *transliteracy* qui consiste en ¹⁸:

« *L'habileté à lire, écrire et interagir par le biais d'une variété de plateformes, d'outils et de moyens de communication, de l'iconographie à l'oralité en passant par l'écriture manuscrite, l'édition, la télé, la radio et le cinéma, jusqu'aux réseaux sociaux* »

La culture de l'information rassemble ainsi plusieurs objectifs, l'éducation à l'image, l'éducation aux médias et tisse des liens avec la culture informatique. C'est pourquoi au-delà des divergences des termes employés, l'enjeu est plutôt celui du contenu de ces formations et de leur mise en place. Or la formation actuelle telle qu'elle est dispensée notamment dans le secondaire français (B2I) s'avère insuffisante et reposant sur des dispositifs sans réels enseignements et évaluations. Il convient donc que la culture de l'information puisse reposer sur des enseignements qui permettent aux élèves et aux étudiants de mieux appréhender la complexité de leur espace informationnel. L'enjeu est donc de former à cette gestion de son intelligence informationnelle et personnelle. Il s'agit donc de la bonne gestion de ses traces et des activités. Mais une telle formation ne saurait demeurer seulement théorique, et doit permettre à l'élève de progresser dans sa démarche communicationnelle. Le but est donc d'associer à l'identification du besoin d'information, préalable à la recherche d'information, l'identification du besoin de communication, préalable à la mise en ligne de données personnelles. De la même manière, la formation ne peut s'appuyer seulement sur les outils mais doit transmettre une série de notions durables au-delà des évolutions technologiques. Le travail s'effectue ainsi en France en ce qui concerne la mise en place d'une didactique de l'information avec la mise en place de nouvelles stratégies pédagogiques comme pour le projet *Historiae*¹⁹ qui mêle blog avec des écrits de collégiens et un cours en ligne comportant trois parties : la recherche d'information, l'évaluation de l'information et la communication des recherches.

Conclusion : veiller plutôt que de surveiller

Nous avons cherché à montrer l'importance de nouveaux enjeux qui influent sur le concept de culture de l'information qui doit se montrer plus ambitieuse dans ses objectifs. La mythologie égyptienne fait du *Ka* un élément positif qui est avant tout protecteur. Dans le cas du double numérique, il s'avère être surtout au premier plan et renvoie une image qui peut être faste ou néfaste selon la bonne gestion des identités passives ou actives. D'une autre manière, il s'agit également de ne plus être constamment dans un état de méfiance voire de défiance mais bel et bien de veiller à maintenir une confiance. Voilà sans doute pourquoi nous préférons le terme de *Ka* car il renvoie à une dimension culturelle qui nécessite une maîtrise de soi qui passe par un apprentissage. D'autres termes sont en vogue actuellement notamment parmi les consultants et sociétés de gestion en réputation. Finalement, la culture de l'information doit

¹⁸ « *Transliteracy is the ability to read, write and interact across a range of platforms, tools and media from signing and orality through handwriting, print, TV, radio and film, to digital social networks.* » La traduction en français est de François Guité. < <http://www.opossum.ca/guitef/archives/003901.html> >

¹⁹ < <http://www.megatopie.info/historiae/> >

avant tout privilégier la veille plutôt que la surveillance et inciter plutôt à distinguer des personnes et des ressources de confiance plutôt qu'à désigner et dénigrer. Par conséquent, la réputation du double numérique consiste en une évaluation c'est-à-dire également à une mise en valeur et un regard critique. Car si notre *Ka* documentarisé se prolonge au-delà de notre existence, il est un peu l'image que nous souhaitons laissés tels ces portraits d'illustres aïeux.

Bibliographie :

BOYD, D., (2008). «[Why Youth \(Heart\) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life.](#)» In David Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (p. 119-142). Cambridge: MIT Press.

CLARKE, R., (1994). «The digital persona and its application to data surveillance» *Information Society* (10:2), p. 77

JEANNERET, Y., (2000). *Y a-t-il vraiment des technologies de l'information*. Paris, Presses universitaires du Septentrion

LE COADIC, Y., (1997). *Usages et usagers de l'information*. Paris : ADBS, Nathan.

LE DEUFF, O., (2007a). « Monstres, légendes et hérauts : vers une tératogénèse documentaire ». In *cinquième séminaire de Marsouin, Rennes, 5-6 juin 2007*.
<www.marsouin.org/IMG/pdf/marsouinledeuff.pdf>

LE DEUFF, O., (2007b). « La culture de l'information : Quelles « littératies » pour quelles conceptions de l'information ? » in *VI.ème Colloque ISKO-France'2007 7 et 8 juin 2007, à Toulouse, IUT de l'Université Paul Sabatier : IUT*.

MILLARD, D., ROSS, M., (2006). Web 2.0: Hypertext by Any Other Name? In: *ACM Conference on Hypertext and Hypermedia 2006, 23-25 August, 2006, Odense, Denmark*.

PEDAUQUE, R.T., (2007). *La redocumentarisation du monde*. Toulouse, Cepaduès-Éditions.

ROSEN, C., (2007). [Virtual Friendship and the New Narcissism](#). *The New Atlantis*, 17 (Summer), 15-31

SERRES, A., (2002). Quelle(s) problématique(s) de la trace ? Communication lors du séminaire du Cercor, le 13 décembre 2002, sur la question des traces et des corpus dans les recherches en Sciences de l'Information et de la Communication. Disponible sur @rchiveSIC : <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00001397.html>

SOLOVE, D.J., (2004). *The Digital Person: Technology and Privacy in the Information Age*. New York University Press.

VAIDHYANATHAN, S. (2008). Naked in the nonopticon, Surveillance and marketing combine to strip away our privacy. *The Chronicle Review*. Volume 54, Issue 23, Page B7

ZISKING, B, HALIOUA, B.(2004). « La conception du coeur dans l'Égypte ancienne » *M/S : médecine sciences*, vol. 20, n° 3, mars 2004, p. 367-373.<<http://www.erudit.org/revue/ms/2004/v20/n3/007860ar.pdf>>

