



**HAL**  
open science

## Éthique du discours numérique

Marie-Anne Paveau

► **To cite this version:**

Marie-Anne Paveau. Éthique du discours numérique . *Línguas e Instrumentos Linguísticos (Brésil)*, 2016, 37, pp.177-210. hal-01423473

**HAL Id: hal-01423473**

**<https://hal.science/hal-01423473>**

Submitted on 29 Dec 2016

**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.

# ÉTHIQUE DU DISCOURS NUMÉRIQUE

Marie-Anne Paveau

UNIVERSITÉ PARIS 13 SORBONNE PARIS CITÉ

## Résumé

*La massification de la communication en ligne modifie l'ordre du discours sur de nombreux plans, dont le plan éthique. L'accès de tous à l'écriture et à la lecture en ligne, les possibilités relationnelles infinies, y compris avec des inconnus, les dispositifs de publication, l'absence physique dans les échanges imposent de nouvelles normes pour l'éthique du discours. Après avoir posé la notion d'éthique du discours numérique, cet article envisage la question sous l'angle de l'intégrité discursive (la question de la vie privée), de l'ajustement discursif (la question de la vérité des discours) et de la décence discursive (l'exemple de la cyberviolence discursive).*

## Abstract

*The massification of online communication changes the order of the discourse on many levels, including ethically. The universal access to writing and reading online, the infinite relational opportunities, including with strangers, the publication devices, the physical absence in verbal interactions impose new standards for discourse ethics. After defining the notion of digital discourse ethics, this article considers the issue from the perspective of the discursive integrity (the issue of privacy), the discursive adjustment (the question of the truth of discourse) and discursive decency (the example of discursive cyberbullying).*

## Introduction. Définir l'éthique du discours numérique

L'éthique du discours numérique est l'ensemble des critères d'acceptabilité des discours produits sur internet par rapport aux valeurs reconnues par les usagers dans un espace et dans un temps donnés. Ces valeurs de nature morale, relatives aux deux grands pôles du bien et du mal, construisent dans une société les critères des actions destinées à une vie bonne ou au contraire dirigées vers la nuisance d'autrui (Ogien, 2007). On ne parlera pas ici d'éthique comme ensemble de critères normatifs appliqués aux discours à la manière d'une éthique kantienne ou religieuse, qui définit des principes préalables et transcendants et considère comme transgressifs les discours qui ne s'y conforment pas ; on envisagera plutôt l'éthique des discours comme une éthique des valeurs intersubjectivement négociées par les acteurs de la production verbale sur internet, dans la perspective du courant de l'éthique des vertus (Paveau, 2015 [2013]). L'éthique du discours numérique est donc toujours construite par un métadiscours car elle est définissable seulement par ce que les usagers en disent. Les valeurs mobilisées par l'éthique du discours numérique sont en partie les mêmes que celles de l'éthique du discours hors ligne mais s'y ajoutent des valeurs spécifiques aux communications connectées qui ont une dimension actionnelle (Vitali Rosati, 2012).

En ligne, il existe en effet un lien intrinsèque entre le discours et l'action, comme le précise Marcello Vitali Rosati : « Pour qu'il y ait le besoin, et la possibilité, d'une éthique du numérique, il faut d'abord considérer que ce dernier produit un espace d'action particulier et spécifique. » (2012, § 2). Cet espace est à la fois concret et relationnel :

Mais une plus grande familiarité avec les technologies numériques nous fait désormais comprendre que l'espace qu'elles produisent est un espace concret, réel et probablement aussi physique. Comme tout espace, l'espace numérique est l'agencement d'une série de relations entre des choses. Ces relations sont concrètes ou ne sont pas. Il s'agit de relations de proximité ou de distance, de plus ou moins forte accessibilité ou visibilité (Vitali Rosati, 2012, § 6).

Il faut insister sur cette dimension actionnelle de l'internet, et en particulier du web, pour comprendre en quoi il est un lieu où se déploie une éthique discursive et relationnelle. L'action en ligne est souvent la mise en place d'une relation : un compte sur un réseau social est un espace relationnel, autrement dit

un annuaire de liens ; une publication sur un blog crée une relation avec les lecteurs et commentateurs potentiels ; une recherche ou un achat en ligne crée automatiquement un lien avec d'autres objets de recherches ou d'achats algorithmiquement liés. Marcello Vitali Rosati estime que

le numérique, et le Web en particulier, est devenu notre principal espace d'action, ou du moins un des espaces privilégiés de nos actions. Une grande partie de nos travaux se fait à l'aide d'Internet, nous communiquons avec nos amis et nos familles sur le Web, nous nous y informons et nous y amusons, nous y lisons, organisons nos voyages, faisons nos courses, gérons notre argent. Une partie importante de nos actions quotidiennes se fait dans l'espace numérique. Et la tendance de cet espace est d'occuper de plus en plus notre vie en englobant l'espace non numérique (Vitali Rosati, 2012, § 12).

Mais l'éthique numérique est essentiellement une éthique discursive, et même scripturale. Pour agir en ligne en effet, il faut écrire ; et inversement, une grande partie des écrits en ligne sont des actions. Cette dimension actionnelle distingue fortement les écrits numériques des écrits prénumériques, souligne encore Marcello Vitali Rosati :

Nous avons dit qu'agir dans l'espace numérique signifie écrire. L'action numérique est de l'écriture. La première caractéristique de cette écriture est donc de ne pas se présenter en premier lieu comme une représentation du monde, mais comme un acte. On pourrait en effet penser qu'écrire signifie avoir pensé le monde et le transcrire. [...]

L'écriture numérique ne peut être interprétée de cette manière : elle est tout d'abord action. On voit, on fait et on vit dans l'espace numérique en écrivant. Comme nous l'avons dit, même en lisant quelque chose en ligne, nous écrivons. En regardant ce qui se passe dans une ville à l'aide d'une webcam, nous écrivons : nous laissons des traces faites de code sur des serveurs. Quand nous communiquons avec un ami, nous écrivons ; lorsque nous achetons quelque chose, nous écrivons. L'écriture est l'action et non pas la représentation de l'action (Vitali Rosati, 2012, § 53 et 54).

Dans cette espace actionnel et relationnel qui annule presque la distance entre action et représentation de l'action, certaines questions d'éthique se posent.

Les événements discursifs moraux sont fréquents sur internet : phrases assassines reprises en buzz sur les réseaux sociaux, cyberviolence de toutes intensités, de la microviolence de la petite médisance au suicide par cyberbullying en passant par le tweetclash, le trolling, la campagne de dénigrement, etc., publication des petites et grandes transgressions des personnages publics ou des simples citoyens ; mais également, du côté du bien, célébrations des discours vertueux et courageux de toutes natures, paroles généreuses, dispositifs solidaires, dévouements remarquables. Tous ces événements discursifs produisent de l'indignation ou de l'émotion partagée, des paniques morales ou des soutiens éthiques, toujours *via* des échanges discursifs intenses sur les critères moraux d'acceptabilité et d'inacceptabilité des discours. Au cœur de ces discours, des questions récurrentes se posent. On envisagera ici celles de l'intégrité des internautes et de leurs contenus (le problème de la protection de la vie privée), de la vérité des discours (l'ajustement discursif aux croyances justifiées) et de la décence discursive (les problèmes de la cyberviolence et de la propriété intellectuelle et discursive).

### **1. L'intégrité discursive. La question de la vie privée**

La publication d'informations d'un ou sur un individu sans son consentement, surtout quand elles sont de nature à lui nuire, constitue une transgression d'ordre éthique dans la mesure où elle touche à son intégrité. Cette transgression peut être de l'ordre de l'indiscrétion, de l'intrusion, de la médisance, de la diffamation, etc., sur une échelle d'intensité variable. Le développement des médias d'information et de communication et en particulier du web social, permettant l'accès de tous aux outils de rédaction et de publication, a considérablement augmenté l'importance accordée à la protection de la vie privée et à la propriété intellectuelle, enjeux d'une « guerre culturelle autour de la vie privée » selon la formule d'Antonio Casilli (2014). On ne compte plus les affaires de droit à l'image, les plaintes pour plagiat ou pour violation des droits d'auteur qui se règlent au tribunal. Si ces phénomènes semblent principalement d'ordre juridique, ils s'inscrivent cependant dans une problématique éthique au cœur

de laquelle se trouve la définition du privé par rapport au public.

L'internet et en particulier le web 2.0 a complexifié cette question jusqu'à la modifier, comme le souligne Josée Côté :

Nul ne conteste que les journaux électroniques sont d'ordre public alors que les sites donnant accès à des informations bancaires personnelles sont privés. La question apparaît plus difficile lorsqu'il s'agit des réseaux sociaux, qui se présentent comme des sites hybrides, parfois publics, parfois privés [...]. En effet, à l'ère du Web participatif, il est fréquent de retrouver un amalgame de fonctionnalités interactives sur un même site : il sert à la fois de site d'information, de forum, de site de clavardage, de site collaboratif pour créer des applications, publier du contenu ou échanger des fichiers textes ou audio, des vidéos ou des photos (2012, § 6).

Par conséquent, « les définitions rigides entre public et privé sont contraires à la nature des interactions en ligne puisque la majorité des communications se produit simultanément dans un lieu privé et public (2012, § 7). Les notions juridiques de « protection » et de « droit à » deviennent alors insuffisantes et même erronées pour penser le rapport des individus à leur intégrité sur internet. Il est donc sans doute plus juste de penser que les internautes voient l'internet comme un espace médian où les notions de privé et de public sont concomitantes, révisables et même croisées :

Actuellement, la notion de vie privée s'élargit et s'oriente vers un réseau [...]. Pour Charles Ess (2010), cette privauté élargie s'apparente au concept danois de sphère intime : un espace de communication partagé mais privé. D'autres y voient une révolution anthropologique où la protection de la vie privée n'apparaît plus comme essentielle au bien-être des peuples (Bloche et Verchère, 2011). Ces derniers rapportent, à titre d'exemple, que 69 % des photographies publiées sur Flickr sont laissées accessibles à tous alors que leurs auteurs ont la possibilité de les rendre privées ; de même, 61 % des utilisateurs de Facebook se rendent visibles à tous, et les usagers y inscrivent en moyenne 40 informations à caractère personnel [...]. Pour Cardon (2008), cette exposition de soi représente à la fois un risque et une opportunité puisque l'identité numérique construite devient un signe relationnel et une occasion de coopération davantage qu'une information divulguée (2012, § 9)<sup>1</sup>.

Le traitement éthique de la question privée vs public ne peut donc plus se faire au sein d'une opposition binaire et de définitions juridiques fondées sur les notions de protection et de droit et doit adopter une autre perspective. Celle que propose Antonio Casilli permet d'approcher les publications en ligne en termes de construction d'un capital social, hypothèse qui fait échec au discours sur la fin de la vie privée qui ne manque pas d'accompagner les critiques de l'hypervisibilité en ligne. Cette dernière position est tenue par exemple par Vinton Cerf (l'un des pères fondateurs d'internet) ou Mark Zuckerberg (PDG de Facebook), et réaffirmée par de nombreux responsables d'entreprises et plateformes, ainsi que par des rapports, comme le rapport Pew de 2014 notamment, qui propose une synthèse d'avis d'experts (Pew Research Center, 2014) : la notion même de vie privée serait en train de disparaître du fait de la circulation des informations sur internet. *A contrario*, la notion d'élaboration d'un capital social par les activités discursives de publication, révélation ou mise en scène de soi peut se définir comme « l'acquisition, via des relations médiatisées pas les TIC, de ressources matérielles, informationnelles ou émotionnelles » (Casilli, 2014, § 18). La saisie éthique de la notion de vie privée devrait donc dépasser la simplicité binaire de la paire privé vs public et prendre

---

<sup>1</sup> Références de la citation : ESS, C. (2010). « Blogs : public, private, and the *Intimsphere* – A Danish example ». Internet research ethics preconference workshop on 20st of October, Part of Internet research 11.0, the 11th annual conference of the Association of Internet Researchers (AoIR), *Internet Research Ethics Digital Library, Resource Center, and Commons*, [En ligne], <<http://www.slideshare.net/InResEth/cm-ess-preconworkshop#text-version>>; BLOCHE, P., et VERCHERE P. (2011). « Révolution numérique et droits de l'individu : pour un citoyen libre et informé ». *La documentation française*, [En ligne], <<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/114000348/index.shtml>>; CARDON, D. (2008). « Pourquoi sommes-nous si impudiques ? ». *Actualités de la recherche en histoire visuelle*, [En ligne], <<http://www.arhv.lhivic.org/index.php/2008/10/12/835-pourquoi-sommes-nous-si-impudiques>>.

en compte essentiellement les comportements des internautes, leurs motivations et leurs conceptions de la vie privée.

Un bon exemple de cette approche est la manière dont a été reçu le « *Facebook Copyright Hoax* », ce message que les utilisateurs de Facebook relaient régulièrement depuis 2012, afin de protéger leurs contenus d'une éventuelle utilisation commerciale par le réseau social. En voici le texte original en anglais (la version française étant issue d'une mauvaise traduction automatique) :



Image 1 : texte du *Facebook Copyright Hoax*  
(<http://expioconsulting.com/confusion-facebook-guidelines/>)

Dans un billet intitulé « Pourquoi on devrait prendre au sérieux le “*Facebook Copyright Hoax*” », Lionel Maurel (Calimaq) estime que le mépris manifesté envers ce hoax, en particulier par les juristes, empêche d’observer les comportements des internautes. Selon lui, cette publication « traduit quelque chose d’intéressant dans les aspirations des internautes et la manière dont ils souhaiteraient que l’usage de leurs contenus et données sur le web soit régulés » (2015, en ligne). Lionel Maurel trouve que les utilisateurs, en publiant ce texte, consentent à une utilisation non commerciale de leurs contenus, en quelque sorte placés de ce fait sous ce qui ressemble à une licence Creative Commons CC-BY-NC (c’est-à-dire avec attribution de crédit, partage et modification autorisés mais sans utilisation commerciale)<sup>2</sup>. Il inscrit cette pratique dans un mouvement actuel vers le copyleft (inverse du copyright, c’est-à-dire le fait de céder volontairement ses droits) et les Privacy Commons, « permettant aux individus de déterminer finement les usages autorisés de leurs données par des tiers » (Maurel 2015, en ligne).

Les critères d’acceptabilité morale de la publication des discours en ligne, qu’il s’agisse de productions créatives ou de données personnelles ne peuvent donc être établis à l’avance ni appliqués de l’extérieur, mais doivent s’appuyer sur les représentations et les connaissances des internautes eux-mêmes.

## 2. L’ajustement discursif. La question de la vérité

Le second questionnement éthique quant aux discursivités numériques concerne la vérité. Cette question est une constante des débats sur la valeur des communications sur internet depuis son existence, notamment à travers le problème du pseudonymat et de l’anonymat, qui servira ici de fil rouge à la réflexion. On ne compte plus en France et ailleurs les tentatives juridiques pour interdire les pseudonymes (Paveau, 2015a) et les discours critiques sur la possibilité de dissimuler son identité sur internet. La question des « fakes » ou faux profils est selon Fred Pailler et Antonio Casilli un « point

<sup>2</sup> Sur les licences Creative Commons, voir le site <http://creativecommons.fr/licences/>

de confluence d'un ensemble d'attentes relatives aux conduites et aux modalités de subjectivation des usagers » :

Ainsi les *fakes* se sont-ils vus, entre autres, désignés comme des imposteurs dépourvus d'intégrité morale (les « faux profils » sur les médias sociaux), comme des tricheurs animés par des intentions prédatrices (les « pervers » des sites de rencontre) ou encore comme l'incarnation de l'exploitation capitaliste des communs (les « faux-nez » sur Wikipédia) (Pailler et Casilli 2015, § 6).

Les pseudonymes ou fakes posent en effet une des questions morales les plus importantes : la vérité et le mensonge, mentir sur son identité permettant d'autres transgressions et l'accès à la violence et à la criminalité en ligne. Le pseudonymat et même l'hétéronymat font cependant partie de l'économie discursive de l'internet et présentent des possibilités morales inverses du côté de la vie bonne : accès à la parole des individus silencieux pour des raisons diverses, dont politiques, liberté d'expression et circulation de paroles inaudibles dans les espaces prénumériques, formation de groupes, réseaux et communautés à partir d'identités numériques de partage et de reconnaissance, soutien à la fabrication et au maintien de certains liens sociaux et affectifs.

Plusieurs événements ont mis en lumière les enjeux éthiques du pseudonyme, dont l'affaire des « *real names* » sur Facebook en 2012, à l'origine de ce qu'on a parfois appelé les « *nym wars* », les guerres des noms. L'utilisation du « vrai nom » figure dans les conditions d'utilisation de Facebook depuis l'origine, mais la politique du groupe s'est radicalisée cette année-là. En juillet, le réseau demande en effet à ses membres des informations sur le « vrai nom » de certains de leurs amis, dans le message suivant qui s'affiche dans un encadré à la connexion : « Veuillez nous aider à comprendre la façon dont les gens utilisent Facebook. Votre réponse restera anonyme et n'affectera pas le compte de votre ami(e). S'agit-il du véritable nom de votre ami(e) ? ». Après le nom et la photo apparaît la liste des réponses possibles : « oui », « non », « je ne connais pas cette personne », « je ne souhaite pas répondre ».



Image 2 : fenêtre d'information Facebook sur les « vrais noms », (In: Nikopik, 2012)

Cette disposition est immédiatement vue comme un dispositif de dénonciation et déclenche de nombreux débats autour de la question morale. Le blogueur Nikopik s'en émeut et contacte Facebook qui lui fait cette réponse :

La mission de Facebook est de rendre le monde plus ouvert et connecté. Les internautes utilisent Facebook pour rester en contact avec leurs amis et leur famille, pour savoir ce qu'il se passe dans le monde et pour partager et exprimer ce qui importe à leurs yeux. Ils tireront le meilleur du site en utilisant leur véritable identité. Cela permet une responsabilité plus

importante et un environnement plus sécurisé et digne de confiance pour les internautes. Utiliser un faux nom ou une fausse identité est une violation de nos principes, nous encourageons donc les internautes à signaler toute personne qui pourrait agir ainsi, soit via les liens à cet effet présents sur le site, soit en nous contactant via le formulaire de notre rubrique dédiée aux questions des utilisateurs. Nous avons une équipe qui s'occupe spécifiquement de ces questions, qui lit toutes les remarques envoyées, les signalements d'éventuels faux profils et agit en conséquence. Ainsi, nous envisageons de supprimer un profil si et seulement si nous estimons qu'il n'est pas authentique et qu'il comporte de fausses informations. (Nikopik 2012, en ligne)

Facebook met donc en avant la vérité (« véritable identité ») pour défendre une valeur morale de « responsabilité », et une valeur d'ordre psychomoral, la « confiance ». La réponse insiste sur la notion de faux, présente à cinq reprises dans ce texte bref : « faux nom », « fausse identité », « faux profils », « fausses informations », « pas authentique ». Facebook adopte le rôle, selon l'expression d'Antonio Casilli, d'un « entrepreneur de morale » (Casilli, 2014) avançant des principes préalables et abstraits (vérité, authenticité, responsabilité) pour réguler des situations pratiques et concrètes. Quelques mois plus tard en septembre 2012, Facebook publie sur sa page le message suivant :

19 septembre 2012

Il est important d'utiliser votre vrai nom et votre vraie date de naissance de sorte que nous puissions trouver votre profil si vous ne parvenez plus à y accéder. Veuillez vous rendre sur le lien suivant pour changer votre date de naissance <https://www.facebook.com/help/121641674584595/> et sur ce dernier pour mettre à jour votre nom <https://www.facebook.com/settings>

Certains comptes d'internautes sont alors bloqués par la plateforme qui envoie le message suivant : « Votre compte a été bloqué car nous avons détecté que votre profil ne reflète pas votre nom réel. Veuillez fournir les informations suivantes pour nous permettre de confirmer que le nom que vous indiquez est bien le vôtre. Facebook est une communauté dans laquelle les gens communiquent en exposant leur nom réel. Nous ne pouvons vous aider si vous n'indiquez pas votre nom réel et complet dans le champ ci-dessous ». L'utilisateur est invité à remplir les champs prénom, second prénom, nom de famille et à scanner une pièce d'identité. Fred Pailler et Antonio Casilli analysent un phénomène analogue concernant Google + en 2011 :

[...] la politique engagée en 2011 a consisté à supprimer sans sommations des milliers de comptes ne répondant pas à ce que l'entreprise considérait comme étant formellement un « vrai nom ». Cette campagne a eu pour principal résultat la suppression des comptes de personnes bien réelles, qu'il s'agisse d'artistes, de professionnels connus sous leur nom de scène ou de personnes dont la culture veut qu'ils aient trois ou quatre noms différents à fournir pour leur permettre de s'identifier correctement (comme c'est le cas dans différents pays asiatiques, par exemple). (Pailler et Casilli, 2015, § 4).

Facebook réaffirme cette politique du vrai nom en 2015 dans la mise à jour des conditions d'utilisation et développe les arguments dans la page consacrée aux standards de la communauté<sup>3</sup>. On y trouve ce texte, toujours d'actualité en avril 2016 :

**Utilisation de votre véritable identité : en quoi l'exigence de Facebook concernant l'utilisation d'un nom réel crée un environnement plus sûr.**

Les utilisateurs de Facebook communiquent sous leur véritable identité. Lorsque les personnes expriment leur avis et agissent en utilisant leur véritable identité et leur réputation, notre communauté devient davantage responsable. Si nous découvrons que vous possédez plusieurs profils personnels, nous pouvons vous demander de désactiver les profils supplémentaires. Nous supprimons également tout profil qui usurpe l'identité d'autrui.

---

<sup>3</sup> Référence de la page : <https://www.facebook.com/communitystandards>

Le lien entre « véritable identité » et responsabilité demeure, comme une architecture stable de la politique du groupe. On retrouve là la traditionnelle méfiance envers les noms et les identités d'emprunt, dans une conception occidentalocentrée de l'identité considérée comme stable, unique et vérifiable administrativement. Cette conception va à l'encontre des standards d'autres aires culturelles et géographiques (Asie, Afrique notamment, où le système des noms est beaucoup plus complexe et surtout évolutif selon les temps de la vie et les situations sociales particulières), mais aussi ceux d'un certain nombre d'individus aux identités liquides pour lesquels le pseudonyme est une question de survie. En juin 2015, une journaliste étatsunienne spécialisée dans les questions de sexisme voit par exemple son compte bloqué à cause du pseudonyme qu'elle utilise pour se protéger des commentaires haineux, des menaces de viol et de mort que les féministes militantes reçoivent couramment sur les réseaux et les pages de la presse en ligne. Quelques mois auparavant, en 2014, s'était déclenchée une « *nym war* » concernant la communauté LGBT et les femmes, premières cibles de la violence hors ligne et sur les réseaux sociaux. Les victimes de misogynie, sexisme, violence conjugale, homophobe, lesbophobe, transphobe, etc. sont plus exposées que les autres sur les réseaux sociaux et les associations de défense préconisent souvent le pseudonymat comme mesure de protection. Le Guide de la vie privée du survivant (*Privacy and Safety on Facebook. A Guide for Survivors of Abuse*) rédigé par le *National Network to End Domestic violence* donne une série de conseils à ce propos<sup>4</sup> : « Survivors can maximize their privacy by using being careful about what they share, strategic in creating accounts (not using your real name in your email or username) and using privacy settings in social networks. » (cité dans Blue, 2015, en ligne). Une catégorie précise a particulièrement été visée par le blocage des comptes : les drags queens. En septembre 2014, la célèbre drag queen Heklina, fondatrice du non moins célèbre club Trannyshack voit son compte effacé par Facebook et reçoit un message lui demandant de revenir à son nom de naissance. De nombreuses autres drags queens connaissent la même mésaventure et ne parviennent pas à récupérer leurs données. Cette fermeture brutale a des conséquences graves sur la vie d'une communauté qui ne fonctionne qu'avec des pseudos ou noms de scène : Heklina explique par exemple qu'elle se trouve coupée de toutes les autres drags, dont elle ne connaît pas le nom de naissance. Mais, pire, cette disposition de Facebook oblige à un *coming out* lourd de conséquences, comme l'explique l'avocat Scott Wiener<sup>5</sup> :

Preventing drag queens from using the names that actually define who they are also puts a number of people in the untenable position of having to choose between telling the world that they're drag queens and abandoning Facebook for their drag personas. While many drag queens are “out” about who they are, not all drag queens have that luxury. Plenty of discrimination, hate, and violence toward the LGBT community still exists in many parts of the world, and various people have drag personas that they feel the need to keep separate from the rest of their lives. People who disclose their non-drag identity – and who, conversely, announce to the world that they are drag queens – should do so because they want to, not because Facebook is forcing them to do so in order to continue using their profiles.  
(rapporté dans Burr, 2014, en ligne)

Plusieurs campagnes sont lancées sur Twitter pour soutenir les queens : #mynameis pour la restauration des pseudonymes sur Facebook, et #logoffforpride pour favoriser la déconnexion provisoire ou définitive du réseau social.

On peut citer d'autres exemples où la politique (ou la morale ?) des noms sur Facebook entre en conflit avec les usages et besoins sociaux des individus : des « *native americans* » ont également été victimes de cette politique, Facebook ayant fermé des comptes d'utilisateurs portant leur nom tribal. Shane Creepingbear, Lance Brown Eyes, Lana Lone Hill ont tous vu leur compte fermé car leurs noms n'ont pas été « approuvés » par la plateforme, selon le terme utilisé (Phillip, 2015). Le réseau Facebook s'est d'abord défendu en expliquant qu'il ne demandait pas le nom légal de ses usagers, mais celui qu'ils « utilisent dans la vie réelle » (*real life*). De fait, les deux se superposent dans la

---

<sup>4</sup> Référence de la page : <http://nnev.org/resources/survivor-privacy.html>

<sup>5</sup> Scott Wiener est un avocat de membres de la communauté LGBT, membre du « San Francisco's Board of Supervisors for District 8 », qui couvre le quartier Castro/Upper Market, comptant de nombreux habitants gay.

mesure où une pièce d'identité est requise pour restaurer le compte fermé. Depuis octobre 2015, Facebook a assoupli sa politique et permet aux usagers d'expliquer pourquoi ils souhaitent conserver leur pseudonyme : il s'agit d'une modification dans la définition du patronyme et de ses représentations culturelles.



Image 3 : bandeau de la page Facebook de Heklina (<https://www.facebook.com/Heklina/?fref=ts>)

Ces affaires, auxquelles on pourrait ajouter bien d'autres (notamment sur les pseudonymes protecteurs pour des militants politiques en régime autoritaire, des acteurs de révolutions, soulèvements ou résistances) mettent en lumière une contradiction importante dans les débats sur la vérité des mots et des discours : pour Facebook, le « nom véritable » rend l'environnement de la plateforme plus « sûr » ; mais pour la journaliste féministe et les drag queens, c'est exactement le contraire. Facebook comme d'autres réseaux sociaux et plateformes (le même type de problème s'est posé pour Google + qui en 2011 a interdit les pseudos) appliquent une éthique de type déontologiste, c'est-à-dire reposant sur des principes *a priori* sans prise en compte des situations particulières. Sur internet, et particulièrement sur les réseaux sociaux, une éthique profondément ancrée dans les situations locales et particulières est nécessaire, et par conséquent les paradigmes de l'épistémologie des vertus ou du care sont bien mieux adaptés à la réflexion : en matière de discursivité numérique, la prise en compte de la situation de l'internaute, de son environnement et de ses usages est nécessaire à la compréhension de ses comportements discursifs.

Pour revenir à la question plus large du « fake », on peut encore citer Fred Pailler et Antonio Casilli selon lesquels il faudrait se détacher des approches en termes de personnalisation ou d'identification et

lire le phénomène du *fake* à la lumière d'un autre processus : celui de *l'inscription*, qui met l'accent sur la façon dont les individus se positionnent au sein de l'architecture de l'information sur les plateformes. De ce dernier processus trois modalités essentielles de manifestation du *fake* émergent – sur un plan individuel, la falsification de la présentation de soi ; sur un plan relationnel, la trahison d'une convention d'interaction entre locuteurs ; sur un plan structural, la tricherie face à l'architecture technique et sociale des plateformes (Pailler et Casilli, 2015, § 11).

Le pseudonyme agit en effet sur les structures relationnelles et les architectures techniques et s'inscrit dans une économie générale de l'écosystème du web social :

Le phénomène du *fake* illustre un entrelacement complexe de politiques industrielles et d'éléments d'une économie morale du Web. Les valeurs de participation, d'authenticité, de transparence propres aux sociabilités ordinaires du Web que le *fake* est accusé de mettre en échec sont autant de composantes idéologiques d'une économie numérique dont les modèles

d'affaires prédominants sont basés sur l'inscription, le traçage des usagers et la fouille de leurs données personnelles (Pailler et Casilli, § 45).

Sur le plan discursif, aucune étude n'est actuellement disponible pour rendre compte des fonctionnements du pseudonyme dans la perspective de cette inscription des internautes dans les dispositifs des plateformes. Pour l'instant, les travaux se cantonnent aux approches en termes d'identité numérique ou de responsabilité énonciative.

### **3. La décence technodiscursive. L'exemple des cyberviolences verbales**

On peut parler de décence discursive, d'après le concept de décence proposé par Avishai Margalit (1999 [1996])<sup>6</sup> comme d'une propriété des discours qui évite ou empêche l'humiliation des agents : « [...] un discours décent est un discours, non seulement par lequel les agents ne s'humilient pas entre eux, mais qui est produit dans un environnement dont les valeurs ne permettent pas l'humiliation des agents. Cela veut dire que la décence discursive, qui définit l'ajustement entre les agents, est régulée par le collectif, puisqu'elle dépend des normes discursives de l'ensemble de l'environnement, et non pas simplement des conceptions individuelles des agents de l'échange verbal » (Paveau, 2013, p. 233). La décence discursive n'est donc pas une norme *a priori* mais une valeur *a posteriori*, négociée et revendiquée par les locuteurs dans leurs interactions ; c'est toujours le produit d'une activité métadiscursive. On parlera de décence technodiscursive pour désigner cette propriété au niveau des technodiscours, c'est-à-dire intégrant les dispositifs sociotechniques au sein des écosystèmes du web. Les programmes, les logiciels, les algorithmes sont en effet considérés comme des agents moraux car ils permettent et parfois favorisent tel ou tel comportement moral.

Comme dans les espaces hors ligne, la notion de décence est relative aux époques, espaces et cultures, et fait l'objet de négociations permanentes au sein d'événements discursifs moraux déclenchés par des énoncés violents, décrits couramment sous le terme de cyberviolence<sup>7</sup>. C'est ce phénomène que l'on traitera ici à titre de laboratoire d'analyse des technodiscours, l'autre côté de la décence, c'est-à-dire les énoncés considérés comme conformes aux valeurs morales positives et à la conservation de « l'honneur » dû aux individus, selon les termes d'Avishai Margalit, étant traité dans un autre travail (Paveau, 2017 à par.).

On donne ici une description des cyberviolences discursives qui part des environnements technodiscursifs et qui rend compte de la dimension réellement composite du phénomène. Il ne s'agit pas, comme c'est le cas dans la plupart des travaux sur la violence verbale en ligne, de transposer dans les univers discursifs numériques des analyses prénumériques, et de reconduire des analyses logocentrées qui n'intègrent pas les dispositifs sociotechniques. La perspective de l'ADN implique plutôt d'identifier ce qui est spécifique de la transgression des valeurs de décence dans les écosystèmes connectés.

On adoptera donc une classification des modalités technodiscursives ou des technogenres de discours produisant de la violence verbale, qui se situe à l'interface des formes techniques et des domaines sémantiques de la violence. Le commentaire comme fonctionnalité technique, le statut (sur Facebook) ou le tweet sont dans cette perspective<sup>8</sup> des formes techniques ; le sexisme, le racisme, l'homophobie sont des domaines sémantiques. Entre les deux, un certain nombre de modalités proprement technodiscursives servent l'attaque d'autrui, l'humiliation et la transgression des valeurs de décence. Ce sont des formes technodiscursives qui ne pourraient s'élaborer hors de la contribution de dispositifs informatiques et numériques. En cela elles sont véritablement natives de l'internet.

#### **3.1 Terminologie**

---

<sup>6</sup> Pour le philosophe, « [...] une société décente est une société dont les institutions n'humilient pas les gens. Je fais la distinction entre une société décente et une société civilisée. Une société civilisée est celle dont les membres ne s'humilient pas les uns les autres, alors qu'une société décente est celle où les institutions n'humilient pas les gens » (1999 [1996], p. 13).

<sup>7</sup> C'est le terme utilisé par les organisations internationales (l'ONU par exemple), par plusieurs gouvernements dont le Gouvernement français, par la plupart des médias et par de nombreux chercheurs, en particulier dans les domaines de l'éducation, de la psychologie sociale ou de la sociologie.

<sup>8</sup> On précise « dans cette perspective » car sous un angle plus général, il s'agit de technogenres de discours ou en tout cas de routines qui possèdent des caractéristiques langagières et discursives.

Les composés en *cyber-*, bien qu'un peu datés désormais (ils correspondent aux premières études de l'internet dans les années 1980-1990 et portent une connotation liée à la science-fiction et à la robotique), sont toujours usités pour nommer la violence verbale en ligne.

Un rapport pour l'Observatoire des droits de l'internet réalisé par des chercheurs belges (Walrave *et al.*, 2009) propose d'après Vandenbosch et Van Cleemput 2009 la notion générale de *cyberagression*, regroupant des formes plus ou moins violentes et plus ou moins harcelantes : le *cyberteasing* ou moquerie en ligne, le *cyberarguing* ou dispute en ligne, le *cyberattacking* ou action nuisible unique, le *cyberharassment* ou harcèlement sexuel en ligne et le *cyberbullying* ou cyberharcèlement qui est marqué par la répétition<sup>9</sup>. On emploiera ici *cyberviolence verbale* pour désigner l'ensemble de ces phénomènes agressifs sous l'angle des discours, en s'attachant plus particulièrement à l'exemple du *cyberbullying*.

La notion de *cyberbullying* est proposée au début des années 2000 par Bill Belsey, enseignant canadien, à la suite de la tuerie de Colombine aux États-Unis, qui déclenche chez lui une réflexion sur le harcèlement et la maltraitance des et par les ados à l'école. Il le définit ainsi :

Cyberbullying involves the use of information and communication technologies to support deliberate, repeated, and hostile behaviour by an individual or group, which is intended to harm others. [...] Cyberbullying can happen through the use of almost any means that we communicate over the Internet such as: Social Media such as FaceBook and Twitter, e-mail, cell phone text (SMS) and multimedia messages (MMS), instant messaging (IM), defamatory Web logs (Blogs), personal Web sites, online personal polling sites and apps such as Snapchat, Streetchat, Ask.fm, YikYak and others, especially those that encourage anonymity (Belsey, 2006, en ligne).

Il fonde deux sites importants ([www.bullying.ca](http://www.bullying.ca) puis [www.cyberbullying.ca](http://www.cyberbullying.ca)) qui deviendront des références en la matière et diffuseront la notion au niveau international. Les grandes caractéristiques du cyberharcèlement, qui est très généralement d'ordre scriptural, donc langagier, sont l'anonymat, l'absence de face à face, le caractère permanent et la diffusion massive. Il existe une imposante littérature anglophone sur le *cyberbullying*, essentiellement en sciences de l'éducation et en psychologie (voir par exemple les travaux de Nancy Willard 2005, 2007a, 2007b et l'impressionnante synthèse de Tokunaga, 2010) et quelques travaux sur ses formes langagières, dans la perspective de la détection automatique. Dans cette dernière perspective, les chercheurs explorent assez classiquement le vocabulaire de l'agression verbale et de l'insulte, ainsi que certaines formes graphiques comme les capitales par exemple (voir par exemple Bayzick *et al.*, 2011 ou Marathe et Shirsak, 2015). Beaucoup moins d'études sont disponibles en français, et l'ouvrage-rapport de l'Observatoire des droits de l'internet publié en Belgique en 2009 s'appuie significativement sur une bibliographie presque entièrement anglophone (Walmare *et al.*, 2009). Il n'existe pas en revanche de recherches sur ses formes technolangagières et technodiscursives dans la perspective de l'analyse du discours, de l'interactionnisme ou de la sociolinguistique. Dans les rares travaux qui existent en linguistique sur la violence verbale en ligne, on ne trouve pas en effet de prise en compte des paramètres technodiscursifs ni sociotechniques, mais en général des applications de dispositifs d'analyse d'énoncés prénumérique (par exemple dans Bellachhab et Le Gal, 2012 sur des conversations en ligne entre clients et téléconseillers, Atifi, 2014 et Atifi, Gauducheau et Marcoccia, 2015, sur la violence verbale dans les forums ou Amadori, 2012 sur la violence polémique dans les commentaires sur Youtube<sup>10</sup>).

---

<sup>9</sup> On trouve également dans le même ordre d'idée *cyberthreats* (traduisible par *cybermenaces*), *cyberbullycide* (mot-valise désignant un suicide à la suite d'un cyberbullying), ou en français *cybersexisme*. Le composé avec le terme *internet* ou *online* entre en concurrence avec l'élément *cyber* puisque l'on rencontre également couramment *Internet harassment*, *Internet bullying*, *Internet stalking*, *Online aggression* (voir par exemple dans Walmare *et al.*, 2009, p. 20).

<sup>10</sup> L'article de Sara Amadori est intéressant à cet égard car il décrit bien le dispositif numérique de la plateforme Youtube et prend donc en compte l'environnement technodiscursif. Mais le travail d'analyse des commentaires repose cependant sur une application des théories de l'argumentation et de la polémique prénumériques, sans mention de travaux en *internet studies* ou *medias studies*, ou en sciences du langage qui porteraient spécifiquement sur la violence verbale en contexte numérique (à l'exception des travaux de Michel Marcoccia). La définition du *flaming* par exemple, est significativement reprise de celle de Ruth Amossy qui elle-même en donne en 2011 une définition à partir de savoirs prénumériques coupés des modes et rituels de communication en ligne (Amossy 2011).

### 3.2 Typologies

On trouve des essais de typologie du cyberharcèlement dans une perspective générale, non spécifiquement linguistique, comme celle de Nancy Willard par exemple, qui distingue dans son ouvrage de 2007, *Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of Online Social Aggression*, les sept catégories suivantes : *flaming* (attaques verbales), *harassment* (harcèlement), *denigration* (dénigrement), *impersonation or masquerade* (usurpation d'identité), *outing* ou *trickery* (diffusion d'informations intimes sensibles), *exclusion* (par bannissement ou réduction au silence) et *cyberstalking* (traque obsessionnelle). Les auteurs de « Detecting the Presence of Cyberbullying Using Computer Software » qui porte sur des fils de commentaires du réseau MySpace explorés au moyen du programme *Bullytracer* (Bayzick *et al.*, 2011)<sup>11</sup>, énumèrent quant à eux neuf catégories : *flooding* (occupation du fil de discussion pour empêcher un internaute de publier), *masquerade*, *trolling* (ou *baiting* c'est-à-dire interruptions verbales violentes destinées généralement à polluer ou tuer les échanges), *harassment*, *cyberstalking* et *cyberthreats*, *denigration*, *outing* et *exclusion*. La liste proposée par Catherine Blaya, une des rares chercheuses françaises travaillant sur la question, comporte quant à elle une dizaine de catégories : textos méchants ou humiliants, prise et diffusion de vidéos humiliantes, messages d'insultes, exclusion d'un groupe en ligne, diffusion de fausses rumeurs, groupes de haine, piratage de profils et usurpation d'identité diffusion d'informations personnelles, sexting, messages ou appels menaçants (Blaya, 2011). Ces catégories, plutôt de type fonctionnel ou psychologique, restent imprécises pour une approche linguistique qui voudrait saisir des formes langagières et des dispositifs discursifs.

L'Observatoire des droits de l'internet propose dans son ouvrage une classification plus charpentée (où l'on retrouve la plupart des items précédents), distinguant le harcèlement direct avec « implication directe de la victime ("*to my face*"-bullying) » et le harcèlement indirect qui « se déroule sans que la personne visée n'en soit consciente ("*behind my back*"-bullying) » (2009, p. 27). Les formes du harcèlement direct proposées sont :

- le *cyberharcèlement physique* sous « la forme de l'endommagement ou de l'annulation/l'interruption des activités TIC de la victime, ou d'une intrusion virtuelle dans son système » ;
- le *harcèlement verbal en ligne* ou *flaming*, décrit comme un ensemble d'« interactions belliqueuses et méprisantes par e-mail et par le biais de forums en ligne » et de « tirades insultantes » ;
- le *harcèlement en ligne non verbal* par envoi massif d'images explicites ou par *happy slapping* (films brefs de bastonnades diffusés en ligne) ;
- le *harcèlement social en ligne* par exclusion ou silenciation (par exemple sur les sites ou forums de jeux en ligne peu accueillants pour les femmes en général).

Du côté du harcèlement indirect, on trouve :

- l'*outing* ou révélation d'informations personnelles à caractère sensible, sur la sexualité par exemple ;
- l'*usurpation d'identité* (*masquerade* en anglais) : le harceleur vole l'identité de sa victime par piratage de ses comptes ou se fait passer pour quelqu'un d'autre pour abuser de sa victime (imposture) ;
- la *dénigration*<sup>12</sup> (*denigration* ou *put-down* en anglais) qui consiste à attaquer le nom et la réputation d'un individu en lançant par exemple des rumeurs malveillantes ;
- les *sites de haine*, lieux numériques dédiés à la malveillance envers un individu (une page Facebook par exemple) où les internautes peuvent laisser des commentaires.

Dans cette typologie, on retiendra les catégories qui mettent principalement en jeu l'usage du langage, bien que, dans la réalité de la communication numérique, les différents codes sémiotiques soient étroitement liés. On proposera donc ici à titre heuristique une typologie linguistique de la cyberviolence verbale, qui trouvera cependant vite ses limites, à cause de la spécificité environnementale des phénomènes et de leur variété innovante, comme tout phénomène de discours. Il semble que les sept grandes catégories suivantes puissent se dégager, à partir d'un classement énonciatif.

En deuxième personne, en contexte interactionnel :

---

<sup>11</sup> « BullyTracer uses a dictionary of code words that fall into the categories: insult word (retarded, dumb), swear word (bitch, fucker), and second person pronouns (you, your). BullyTracer marks each post in a window with the category of any words found in the dictionary. » (Bayzick *et al.* 2011, p. 2).

<sup>12</sup> Le rapport emploie le mot *dénigration* par anglicisme semble-t-il, mais on dira plutôt *dénigrement* en français.

- *Le cyberharcèlement verbal* ou flaming (messages de haine et insultes), passant par des adresses directes en deuxième personne ; la question technolinguistique est d'ordre pragmatique (les effets des discours violents dans l'environnement technodiscursif) et sociodiscursive (les normes d'acceptabilité des discours en ligne et le rôle des trolls et des faux nez dans l'élaboration des discours).
- *L'imposture (masquerade)* : un internaute masqué sous une fausse identité (un faux nez) attaque ou trompe un individu ; la question technolinguistique est celle de la vérité énonciative et des effets pragmatiques du mensonge et de la manipulation dans les dispositifs de pseudonymat/anonymat de l'internet créant des effets d'absence.
- *Le harcèlement social* : un internaute est banni d'un site ou d'un forum, ou réduit au silence par des discours d'intimidation, de haine ou de menace ; la question technolinguistique est d'ordre pragmatique, c'est celle du silence et de la silenciation (ou du silencement selon Orlandi, 2004) dans les dispositifs communicationnels des forums bénéficiant de l'anonymat/pseudonymat, de l'autorité du modérateur, de la force du nombre et des possibilités de circulation des messages.

Image 4 : fenêtre de bannissement pour modérateur ou administrateur  
(<http://forum.forumactif.com/t134650-le-bannissement>)

En troisième personne, en contexte descriptif, narratif ou argumentatif :

- *Le dénigrement*, du simple *gossip* à la rumeur malveillante ; la question technolinguistique est d'ordre éthique (celle de la vérité des discours ou ajustement discursif aux vérités acceptées par un collectif) et techno-énonciatif (dispositifs de circulation virale et effets d'absence).
- *L'outing* ou révélation à l'insu d'un individu et contre son gré d'éléments de vie privée sensibles ou compromettants ; la question technolinguistique est celle, énonciative, des dispositifs de circulation virale et des effets pragmatiques de la révélation.
- *L'usurpation d'identité*, mettant en jeu le piratage d'un compte de messagerie ou de réseau social : la question linguistique posée est celle de l'énonciation elle-même du sujet source de ses paroles, puisqu'il se trouve doublé par un autre sujet produisant des discours à sa place (en troisième personne) et en son nom (ce qui revient à une première personne). Cette usurpation énonciative est fortement articulée aux possibilités techniques de piratage et constitue donc une question proprement technodiscursive.
- *Les sites de haine*, groupes ou pages dédiées au dénigrement d'un individu, sont des espaces organisés pour accueillir les énoncés de dénigrement, se présentant parfois comme des livres d'or de l'attaque contre autrui. Ils fonctionnent de manière symétrique aux sites, groupes et pages dédiées à la mesure de la popularité ; cet aspect quantitatif, permis par le dispositif numérique, en fait un espace de nature technodiscursive.



Image 5 : Groupe de haine sur Facebook visant Hillary Clinton  
 (<https://www.facebook.com/ihatehillaryclinton/>)

Le flaming et le dénigrement sont les formes plus fréquentes selon les résultats de l'étude que Francine Dehue et ses collaborateurs ont consacrée à la question, publiés dans « Cyberbullying: Youngsters' Experiences and Parental Perception » : « The most frequently used nature of harassments were name-calling and gossiping », écrivent-ils (Dehue *et al.*, 2008, p. 217).

Mais au-delà des dimensions énonciative, pragmatique ou éthique mentionnées, sont également engagées des paramètres techniques et pratiques qui contribuent fortement à la nature des technodiscours de haine. Ils doivent donc entrer dans l'analyse du discours de la cyberviolence verbale.

### 3.3 Paramètres technodiscursifs

Si l'on veut éviter d'une part les analyses hors sol (ce qui concerne l'analyse du discours en général, et pas seulement numérique) et d'autre part l'usage d'outils et de théories prén numériques pour rendre compte des discours natifs du web dont les conditions de production sont spécifiques aux environnements technodiscursifs, il faut envisager des paramètres de la communication en ligne qui marquent les discours numériques de certains traits.

– *L'anonymat-pseudonymat*. On a montré ailleurs (Paveau, 2015a, 2015b, 2017 à par.) que le pseudonymat sur internet constituait une véritable culture énonciative et discursive. Rappelons que, hors des espaces du dark web, et des processus de cryptage des données et de navigation privée, l'anonymat n'existe pas sur internet puisque toute trace est signée au moins de l'adresse IP de l'ordinateur utilisé. C'est donc le pseudonymat qui règne sur internet et qui présente un large éventail de possibilités de création et de gestion d'identités en ligne, des plus créatives et lumineuses aux plus nuisibles et sombres. En ce qui concerne la cyberviolence verbale, il joue un rôle non négligeable d'intensificateur : la cible ne pouvant identifier la source, celle-ci devient une source énonciative omnipotente (pouvant produire du discours toujours et partout de manière imprévisible). Le schéma énonciatif classique ne fonctionne pas sur ce type de communication qui ne présente pas de symétrie entre locuteur et interlocuteur, mais au contraire une profonde asymétrie. La victime ne peut donc mettre en place des dispositifs discursifs de défense qui seraient dirigés vers son agresseur, intraçable et inconnaissable.

– *L'effet d'absence et la bedroom culture*. Au pseudonymat est étroitement ce qu'on appellera *l'effet d'absence*, symétrique de cet effet de présence souvent évoqué à propos des échanges en ligne : Louise Merzeau a largement décrit la notion de présence numérique dans une tension entre dissémination incontrôlée de ses traces et possibilités de réappropriation par la redocumentarisation notamment (Merzeau, 2009, 2010). La communication en ligne, parce qu'elle n'implique pas la personne physique, produit un effet d'absence augmenté par le pseudonymat qui détermine donc le type de réponse à l'attaque verbale, et, partant, le déroulement des interactions verbales. On peut parler à ce propos, pour les adolescents en particulier, de *bedroom culture*, notion proposée par la sociologue Angela McRobbie en 1978 et développée avec Jennie Garber (McRobbie, 1978, McRobbie

et Garner, 1978) pour désigner les cultures adolescentes féminines se distinguant de celles des garçons par des choix d'espace (l'intérieur et la chambre pour les filles et le dehors ou la rue pour les garçons). Plus récemment, Sian Lincoln a repris cette notion pour rendre compte de la manière dont les jeunes filles utilisent les technologies de l'internet, en particulier via le téléphone, pour mettre en place leur espace culturel et vivre leur relations amicales et amoureuses (Lincoln, 2013). Cette notion présente un double intérêt pour l'analyse du discours numérique : d'abord un intérêt démystificateur puisqu'elle montre que l'isolement dans un espace confiné n'est pas lié à l'arrivée d'internet mais se vit bien avant, après la Seconde Guerre mondiale ; et également un intérêt descriptif pour l'analyse du discours numérique dans la mesure où elle nomme un environnement technodiscursif, courant pour les adolescents en particulier, dans lequel il n'existe pas de supervision par des adultes ; hors du contrôle des adultes, la bedroom culture est donc un espace où la cyberviolence verbale trouve des conditions propices de réalisation.

– *L'effet cockpit*. Inversement, du point de vue du *hater* ou du harceleur, la victime, sans présence physique et connaissabilité concrète, a un aspect virtuel qui pousse sans doute à un relâchement de la censure verbale. N'ayant pas de contact physique, visuel ou interactionnel avec sa cible, comme un aviateur qui lâche une bombe ou un pilote qui manipule un drone, le locuteur produit un discours à la fois ciblé et non ciblé, adressé à un interlocuteur à la fois présent et absent, et qui ne suscite donc pas d'empathie. De plus, il ne perçoit pas son acte de langage comme dangereux pour lui-même, protégé par les parois du cockpit imaginaire. Cette expression, mobilisée dans le champ du numérique par Catherine Blaya (2013), désigne des conditions de production des discours fortement liées au pseudonymat et à l'effet d'absence qui impliquent des modifications notables des schémas énonciatifs habituels.

– *Le déplacement du rapport de pouvoir*. La question du pouvoir est au centre de l'analyse du discours dans sa tradition française, et doit être prise en compte par l'analyse du discours numérique. En ligne, les schémas d'analyse prén numérique ne fonctionnent plus et il faut intégrer le paramètre technologique. Catherine Blaya considère que les adolescents actuellement sont « techno-puissants » (Blaya, 2013) et il faut effectivement considérer le pouvoir discursif de celui qui détient des compétences numériques, au-delà ou à côté des sceptres sociologiquement plus traditionnels comme la classe sociale, le pouvoir économique, le genre ou la force physique. En ligne, le détenteur du pouvoir discursif est celui qui détient les savoir faire technologiques, informatiques et numériques, les pratiques de publication, de diffusion, de référencement et de partage. Récupérant la force du pseudonymat, de l'effet d'absence et de l'effet cockpit, le locuteur numérique déplace le rapport de pouvoir traditionnel en maîtrisant les effets technopragmatiques des discours numériques.

– *L'inséparabilité*. On a peu parlé des appareils dans ce travail, ce que certains chercheurs appellent encore « supports », car la perspective écologique postdualiste de l'analyse du discours numérique considère l'appareil comme un élément intrinsèque de l'environnement et non un simple outil « sur » lequel des discours seraient produits, comme s'ils possédaient une autonomie. Mais il faut intégrer, dans une perspective de réception, l'usage de l'appareil par les internautes : nous avons tous notre téléphone constamment avec nous, et nos ordinateurs et tablettes ne nous quittent guère. De plus, nous restons connectés avec nos appareils, notre téléphone en particulier, pour des raisons pratiques, sociales, familiales ou professionnelles, qui sont autant d'obligations. On parle d'inséparabilité pour désigner ce lien obligé avec l'appareil, qui est d'autant plus crucial chez les jeunes, adolescents mineurs (Walrave *et al.*, p. 16). Sur le plan discursif, cela veut dire que les discours de cyberharcèlement ne peuvent pas ne pas être reçus, ce qui leur donne un trait prescriptif inédit qui doit entrer dans leur description technodiscursive.

– *La viralité*. Dernier paramètres qui caractérise les discours sur internet, et qui renforce les effets pragmatiques des discours de cyberviolence : la viralité. On peut la définir comme l'association de deux sous-paramètres : la quantité des récepteurs et la vitesse de propagation. Un post sur un forum ou réseau social, un tweet, un commentaire, sera partagé à un nombre important de récepteurs en très peu de temps, via les dispositifs techniques des plateformes (listes de diffusion, répertoires, inscriptions, abonnements) et surtout la dimension fractale du partage (un internaute partage par exemple un contenu sur une liste de 300 personnes qui peuvent elles-mêmes chacune partager à 300 personnes ou plus, et ceci de manière presque infinie). La nature même de la production technodiscursive en est affectée et il devient difficile de traiter les énoncés de manière logocentrée, en les décrivant sous

l'angle de l'interdiscours, sans tenir compte de leur viralité, qui a des conséquences pragmatiques importantes.

### Conclusion

L'éthique du discours numérique est une question complexe, feuilletée et évolutive. Un discours de sens commun attribue facilement des facultés de nuisance aux dispositifs techniques eux-mêmes, en particulier ceux des réseaux sociaux, dans une sorte d'anthropomorphisme technologique qui fait de la technologie informatique et informatique une créature malfaisante. Mais l'observation attentive des phénomènes discursifs dans leurs environnements natifs, et dans une perspective postdualiste, montre que la technique y est, comme ailleurs, un paramètre certes puissant mais non autonome. Les internautes élaborent en effet les discours et les normes éthiques qui les déterminent *dans* les dispositifs techniques et non pas hors d'eux, en subissant leur loi extérieure. L'internet n'est pas un support, mais un milieu ; les réseaux sociaux ne sont pas des outils, mais des réseaux relationnels ; les programmes informatiques ne sont pas des destins, mais des cadres.

Dans cette perspective, les questions éthiques crucialement liées à l'élaboration des discours, l'intégrité, la vérité et la décence, doivent être traitées à partir de l'ensemble de l'environnement technodiscursif et des cultures discursives qui se sont installées sur internet depuis sa démocratisation dans les années 1990. Le chantier futur pour l'analyse du discours est immense, et passionnant.

### Références bibliographiques

N.B. tous les liens ont été consultés le 16 mai 2016

- AMADORI, S. (2012). « Le débat d'idées en ligne : formes de la violence polémique sur Youtube ». In: *Signes, Discours et Sociétés* [en ligne], 9, <<http://www.revue-signes.info /document.php?id=2853>>
- AMOSSY, R. (2011). « La coexistence dans le dissensus », *Semen* [En ligne], 31, <<http://semen.revues.org/9051>>
- ATIFI, H. (2014). « Inégalité et conflit dans les relations en ligne : le cas des forums d'adolescents ». In: *Actes du Premier Colloque IMPEC: Interactions Multimodales Par Ecran*, Juillet 2014, <<http://impec.ens-lyon.fr ,19-27>>.
- ATIFI H.; GAUDUCHEAU N.; MARCOCCIA M. (2006). « L'expression des émotions dans les forums de discussion sur l'internet ». Communication au 2<sup>e</sup> Congrès de l'Association française de sociologie – Réseau thématique n° 37 « Sociologie des médias », Bordeaux, 5-9 septembre.
- BAYZICK, J.; KONTOSTATHIS, A.; EDWARDS, L. (2011). « Detecting the Presence of Cyberbullying Using Computer Software ». In: *Proceedings of the ACM WebSci'11*, June 14-17. Koblenz, Germany, p.1-2.
- BELLACHHAB, A.; LE GAL, S. (2012). « La violence verbale dans la communication médiée par ordinateur. Le cas des téléconseillers ». In: *Signes, Discours et Sociétés* [en ligne], 8, <<http://www.revue-signes.info /document.php?id=2691>>
- BELSEY, B. (2006). « Cyberbullying: An Emerging Threat to the "Always-On" Generation », presentation, <[http://www.cyberbullying.ca/pdf/Cyberbullying\\_Article\\_by\\_Bill\\_Belsey.pdf](http://www.cyberbullying.ca/pdf/Cyberbullying_Article_by_Bill_Belsey.pdf)>
- BLAYA, C. (2011). « Cyberviolence et cyberharcèlement: approches sociologiques ». In: *La Nouvelle Revue de l'Adaptation et de la Scolarisation*, 53, p.47-65.
- . (2013). *Les ados dans le cyberspace. Prises de risque et cyberviolence*. Bruxelles: De Boeck.
- BLUE, V. (2015). « Women, LGBT least safe on Facebook, despite 'real name' policy ». In: *Engadget* [site] <<http://www.engadget.com/2015/06/25/women-lgbt-safety-facebook-policy/>>
- BURR, S. (2014). « Why Facebook Is Deleting Drag Queen Profile Pages ». In: *Techcrunch* [site] <<http://techcrunch.com/2014/09/15/why-facebook-is-deleting-drag-queen-profile-pages/>>
- CASILLI, A. (2014). « Contre l'hypothèse de la « fin de la vie privée ». In: *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], <<http://rfsic.revues.org/630>>
- COTÉ, J. (2012). « Les enjeux éthiques de l'utilisation d'internet en recherche: principales questions et pistes de solutions ». In: *Éthique publique* [En ligne], v.14, n.2 <<http://ethiquepublique.revues.org/997>>

- DEHUE, F.; BOLMAN, C.; VÖLLINK, T. (2008). « Cyberbullying: Youngsters' Experiences and Parental Perception ». In: *Cyberpsychology & Behavior* v.11, n.2, p.217-223.
- LINCOLN S. (2013). « Media and Bedroom Culture ». In: Lemish D. (ed.). *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media*. London & New York: Routledge, p.315-321.
- McROBBIE, A. (1978). *'Jackie': an ideology of adolescent femininity*. Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies.
- McROBBIE, A.; GARBER, J. (2000 [1978]), « Girls and subcultures ». In: McRobbie, Angela (ed.), *Feminism and youth culture* (2nd ed.). Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan Press, p.12-25.
- MARATHE, S.S.; SHIRSAT, K.P. (2015). « Approaches for Mining YouTube Videos Metadata in Cyber bullying Detection ». In: *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, v.4 i.05, p.680-684.
- MARGALIT A. (1999 [1996]), *La société décente*. Trad.: François Billard. Paris: Climats.
- MAUREL L. (CALIMAQ) (2015). « Pourquoi on devrait prendre au sérieux le “Facebook Copyright Hoax” ». In: S.I.Lex – Carnet de veille et de réflexion d'un juriste et bibliothécaire [blog], <<https://scinfolex.com/2015/01/10/pourquoi-on-devrait-prendre-au-serieux-le-facebook-copyright-hoax/>>
- MERZEAU, L. (2009). « Du signe à la trace, ou l'information sur mesure ». In: *Hermès* 53, p.23-31.
- . (2010), « La présence plutôt que l'identité ». In: *Documentaliste – Sciences de l'Information*, n.47, p.32-33.
- NIKOPIK (2012). « Facebook vous demande de dénoncer vos amis à pseudonyme... ». In: *{niKo[piK]}* [blog] <[http://www.nikopik.com/2012/07/facebook-vous-demande-de-denoncer-vos-amis-a-pseudonyme.html?utm\\_source=rss&utm\\_medium=rss&utm\\_campaign=facebook-vous-demande-de-denoncer-vos-amis-a-pseudonyme](http://www.nikopik.com/2012/07/facebook-vous-demande-de-denoncer-vos-amis-a-pseudonyme.html?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=facebook-vous-demande-de-denoncer-vos-amis-a-pseudonyme)>
- OGIEN, R. (2007). *L'éthique aujourd'hui*. Paris: Gallimard.
- ORLANDI E. (2004). *Les formes du silence*. Paris : Éditions des Cendres.
- PAILLER, F.; CASILLI, A. (2015). « S'inscrire en faux », *Communication* [En ligne], v.33/2 <<http://communication.revues.org/5986>>
- PAVEAU, M.-A. (2013). *Langage et morale. Une éthique des vertus discursives*. Limoges: Lambert-Lucas. En brésilien : (2015) *Linguagem e moral. Uma etica das virtudes discursivas*. Trad. : Ivone Benedetti. Campinas: Editora da Unicamp.
- . (2015a). « Pseudonymat ». In: *Technologies discursives*, [Carnet de recherche] <<http://technodiscours.hypotheses.org/?p=245>>
- . (2015b [2014]). « Ce qui s'écrit dans les univers numériques. Matières technolangagières et formes technodiscursives ». In: *Itinéraires Itc*, <<http://itineraires.revues.org/2313>>
- . (2017 à par.). *Le discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*. Paris: Hermann.
- PEW RESEARCH CENTER (2014). *The Future of Privacy*, by Lee Rainie and Janna Anderson. <<http://www.pewinternet.org/2014/12/18/future-of-privacy/>>
- PHILLIP A. (2015). « Online 'authenticity' and how Facebook's 'real name' policy hurts Native Americans ». In: *The Washington Post* [site], <<https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2015/02/10/online-authenticity-and-how-facebooks-real-name-policy-hurts-native-americans/>>
- TOKUNAGA R.S. (2010). « Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization ». *Computers in Human Behavior* n.26, p.277-287.
- VANDEBOSCH, H.; VAN CLEEMPUT, K. (2009). « Cyberbullying among youngsters. Profiles of bullies and victims ». In: *New Media & Society*, v.11 n.8, p.1349-1371.
- VITALI ROSATI, M. (2012). « Une éthique appliquée ? ». In: *Éthique publique* [En ligne], v.14, n.2, <<http://ethiquepublique.revues.org/995>>
- WALRAVE, M.; DEMOULIN, M.; WANNES, H.; VAN DER PERRE, A.; (2009), *Cyberharcèlement: Risque du virtuel, impact dans le réel*. Rapport pour l'Observatoire des droits de l'internet (Ministère des Affaires économiques de Belgique) <[http://www.internet-observatory.be/internet\\_observatory/pdf/brochures/Boek\\_cyberpesten\\_fr.pdf](http://www.internet-observatory.be/internet_observatory/pdf/brochures/Boek_cyberpesten_fr.pdf)>
- WILLARD N. (2005). *Educator's guide to cyberbullying, cyberthreats and sexting*. Center for Safe and Responsible Use of the Internet, document en ligne:

<<https://education.ohio.gov/getattachment/Topics/Other-Resources/School-Safety/Safe-and-Supportive-Learning/Anti-Harassment-Intimidation-and-Bullying-Resource/Educator-s-Guide-Cyber-Safety.pdf.aspx>>

—. (2007a). *Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of Online Social Aggression, Threats, and Distress*. Champaign Illinois: Research Press.

—. (2007b). *Cyber-Safe Kids, Cyber-Savvy Teens: Helping Young People Learn To Use the Internet Safely and Responsibly*. San Francisco: John Wiley & Sons.

**Mots clés** : cyberviolence discursive, décence discursive, effet d'absence, éthique du discours numérique

**Key words** : discursive cyberbullying, discursive decency, absence effect, digital discourse ethics