

LES DÉFIS ÉPISTÉMOLOGIQUES DE L'ANTHROPOLOGIE DU MONDE
VIRTUEL

GABRIEL STOICIU*

ABSTRACT

THE EPISTEMOLOGICAL CHALLENGES OF THE ANTHROPOLOGY
OF VIRTUAL WORLD

Online environments provide new challenges for reconsidering the epistemological endeavour of social sciences. It is difficult to say whether virtual reality is facilitating the creation of new *personae* or just the surfacing of the inner most uninhibited ones. Social sciences in general and digital anthropology in particular have, thus, the opportunity to analyse new forms of sociabilities that are characteristic to the cyberspace. This study draws attention to some important considerations in the study of online communities, like those focusing on the balance between ensuring subjects' confidentiality and providing data validity. Becoming a part of the virtual reality offers the opportunity of reshaping one's own identity and furthermore of exploring the various identities of other individuals who are more or less familiar to us in the real world. Once in this cultural environment, an anthropologist has to engage in a phenomenological endeavor over the individual and social impact of Internet, before tackling the actual fieldwork.

Keywords: digital anthropology, epistemology, cyberspace, virtual communities, social media.

INTRODUCTION

Un individu se retrouvant devant un ordinateur, une tablette ou un smartphone pour engager une conversation avec un autre participe effectivement à un dialogue en quatre. Les dispositifs électroniques qui roulent des logiciels

* Senior Researcher, „Fr. Rainer” Institute of Anthropology, Romanian Academy, e-mail: gabriel.stoiciu@gmail.com.



spécifiques laissent souvent leur propre empreinte sur l'acte communicationnel. Par l'intermédiaire des particularités techniques engendrées, un interlocuteur peut faciliter l'immersion d'autrui dans son propre univers émotionnel et cognitif. Et tout cela s'amplifie considérablement lorsque des dizaines des personnes ont la possibilité de rejoindre simultanément une même conversation. La perspective d'une évolution culturelle grâce à l'impact du progrès éblouissant des technologies numériques nous donne l'espoir que ces modifications à nos vies en ligne pourraient rendre meilleures nos vies au monde réel et aussi améliorer la société dans son ensemble.

«Le numérique est défini ici comme de nouvelles technologies qui sont ultimement réductibles en code binaire. Il a rendu de nombreux artefacts culturels plus faciles et plus rapides à reproduire et à partager» (Miller, 2018, p. 1). L'utilisation des médias sociaux comme Facebook continue d'augmenter exponentiellement au fil des ans, en s'imposant comme source majeure d'information, de divertissement et d'échanges interpersonnels, peu importe l'âge, le statut social ou l'identité culturelle. C'est un environnement où on peut trouver des espaces où les gens ne sont pas biaisés par leur race, leur ethnicité, leur religion ou toute idéologie, car ils peuvent garder leur anonymité ou se réinventer en créant d'autres profils personnels. Mais, cette auto-détermination et la relation ego-alter soulignent le fait que la recherche identitaire ne peut pas être séparée de l'effort de différenciation. Les environnements en ligne posent de nouveaux défis pour reconsidérer l'intersubjectivité dans son sens le plus phénoménologique. Il est difficile de dire si la réalité virtuelle facilite la création de nouveaux *personae* ou simplement la sortie des plus désinhibés pulsions. Néanmoins, il offre aux spécialistes des sciences sociales la possibilité de saisir et d'analyser ces produits des nouvelles formes de sociabilité facilitées par l'interaction numérique.

«Les sociabilités réseautées et remixées émergent et sont pratiquées sur des lieux multipliés et des publics qui n'affaiblissent pas nécessairement le sentiment d'appartenance, mais qui donnent un sentiment d'appartenance réflexif» (Papacharissi, 2011, p. 305).

Cet article attire l'attention sur certaines considérations importantes dans l'étude anthropologique du monde virtuel. Agir dans cet espace non-physique ouvre la voie à la possibilité de se reconstruire soi-même et, de plus, d'explorer l'identité d'autres personnes qui nous sont plus ou moins familières dans le monde réel. Ce comportement vise autant l'identité individuelle que celle collective, que ce soit une communauté locale, professionnelle, religieuse, ethnique, etc. Le cyberspace, créé par des ordinateurs en plein épanouissement, tend à rétrécir de manière perceptuelle les distances géographiques, même plus que les moyens de transport rapides.

Pour l'anthropologue, faire la recherche au milieu virtuel présente plusieurs défis. Premièrement, il faut assurer la confidentialité de ses sujets, et en même temps de s'assurer que les identités des ceux-ci sont réelles et uniques. Car il est

très facile d'assumer et d'utiliser plusieurs identités au sein d'une communauté virtuelle. Le cyberspace est capable d'échapper aux normes juridiques nationaux ou internationaux. Il est soumis plutôt aux règles de ces acteurs principaux comme Google, Apple, Facebook, Twitter et bien sûr Microsoft. Cela comporte un sort d'homogénéisation culturelle (la disparition de l'élément ethnique) qui rend plus difficile la démarche comparative d'un anthropologue au sens classique. En plus, le régime des interactions dans le monde virtuel est principalement textuel, faisant presque impossible la capture des états émotionnel des participants, exprimées autrement que par des emoticons.

Avant de démarrer un parcours ethnographique concernant le cyberspace, il est important de comprendre et d'anticiper son évolution et de bien estimer son impact sur les différents aspects de la vie sociale dans le monde réel. Cette étude propose une mise en contexte de la naissance et de l'évolution de l'anthropologie digitale et de son objet, ainsi qu'une réflexion introductive sur les avantages et les obstacles relevés par l'engagement dans un terrain qui vise un univers culturel retrouvé souvent en dehors des caractéristiques d'un espace géographique classique.

L'INTERNET – UN «BESOIN PRIMAIRE» MÉCONNU JUSQU'À L'ANNÉE 2000

Initialement destiné à l'usage militaire et universitaire, l'Internet a eu son ouverture au grand public en 1995. Il est aussitôt devenu un phénomène mondial qui a rapidement été redéployé d'un simple instrument axé sur les tâches informationnelles et commerciales précises à un moyen d'échange interpersonnel communicatif, relationnel et émotionnel. Dans les premières étapes du World Wide Web, la communication était essentiellement unilatérale, les utilisateurs jouant un rôle plutôt passif, en consommant du contenu éditorial ou professionnel, mais surtout statique. Il s'agissait de la tentative primaire de recueillir et d'organiser des données brutes sous une forme accessible dans le monde entier et, en même temps, il répondait à un besoin fondamental, celui d'échanger instantanément des messages étendus. Ensuite, la fin du 2^{ème} millénaire a vu la croissance des forums en ligne, des espaces de discussion (*chat-room sites* et *IRC-s*), des services de messagerie électronique (e-mail) et des blogs.

Le Web 2.0 – terme attribué à Darcy DiNucci et popularisé par Tim O'Riley et Dale Doherty au début des années 2000 – englobe la diversification des plateformes de communication qui débouchent sur les omniprésents médias sociaux. Les services de messagerie, qui ont rapidement permis les appels vocaux et vidéo, ont facilité un partage émotionnel interpersonnel non-interrompu. Ainsi, ces services créent le cadre propice à la constitution de groupes de dialogue, des forums en direct et finalement des communautés virtuelles. Il s'agit d'une métamorphose de l'Internet vers une version plus ouverte et plus souple, vers un

médium plus participatif. La communication a gagné en importance, avec le web 2.0, puisque les utilisateurs n'étaient plus passifs, mais plutôt créateurs actifs du contenu sur leurs propres comptes.

Les sites du Web 2.0 «constituent des espaces proliférant dans lesquels la multiplicité des rencontres, des intuitions, des idées, des projets incertains, sans lendemain ou riche d'avenir, des échanges ésotériques, bavards ou influents, etc., constitue une sorte de toile de fond indispensable pour donner le sentiment aux acteurs de faire partie, aussi différents soient-ils, d'une même communauté» (Aguiton *et al.*, 2008, p. 81).

Le monde en permanente expansion des groupes et d'individus connectés s'appuyant sur une myriade d'échanges simultanées d'informations via Internet est généralement appelée cyberspace ou réalité virtuelle. Pour en faire partie, une personne doit obtenir une identité virtuelle ou numérique. D'un point de vue technique, l'identité virtuelle englobe un marqueur numérique unique et complexe donné par l'ordinateur en soi (code *MAC*), l'adresse du fournisseur de services Internet (*IP*) et un nom d'utilisateur ou un pseudonyme requis afin d'accéder aux différents services web ou pour intégrer un réseau social.

Les réseaux sociaux, «grâce» aux nouveaux médias, ont enclenché un énorme potentiel commercial, révolutionnant ainsi toutes les techniques de marketing et savoir-faire. Cette époque a aussi soulevé une importante préoccupation concernant la protection des données personnelles disponibles en ligne. L'anonymat octroyé par la philosophie qui a forgé la création de l'Internet peut également représenter une opportunité pour des comportements criminels. Un monde sans frontières physiques est, potentiellement, un monde sans pouvoirs publics, sans autorités administratives et, finalement, sans règles. En effet, cela ne caractérise pas la réalité virtuelle. Il y a contrôle et surveillance dans le monde virtuel. Sinon, les flux Anonymous et Wikileaks auraient été des médias grand public et le «dark web» n'aurait pas existé.

L'Internet offre la possibilité de surmonter l'obstacle de la distance physique quand les gens veulent se rencontrer et créer de nouvelles formes de solidarités ou d'avancer des projets communs. C'est pourquoi les «défis de la distance et de la politique qui auraient pu, autrefois, empêcher les nations physiquement dispersées de communiquer au-delà des frontières des Etats, se sont presque complètement évaporés, lorsque de nouvelles relations virtuelles se développent, sans être entravées par les notions conventionnelles de territoire politiques et de souveraineté nationale» (Saunders, 2011, p. 60).

Bien que ces transformations offrent de nouvelles possibilités de construction de rhétoriques et d'idéologies publiques ou personnelles, et par conséquent, de nouvelles rationalités d'actions et d'attitudes, elles peuvent également être ciblées par de nouvelles formes de manipulation. Ces événements sont naturels car de nouveaux territoires sont découverts et notre instinct animal nous demande d'être des conquérants et des dirigeants. Dans un monde structuré sur l'information et la

communication, le pouvoir est tiré souvent par rapport à la *captatio benevolentiae*. En fin de compte, les acteurs du pouvoir s'efforcent de moduler les idées et les opinions de leur public et donc son acte décisionnel et son comportement. Ainsi, tant que quelqu'un croit avoir un contrôle total de l'information reçue et des choix faits, la scène pour «le grand tour» de la manipulation et du contrôle social est réglée. C'est l'idée-clé qu'une personne doit garder à l'esprit lorsqu'elle entre dans la réalité simulée, qu'il s'agisse d'une plateforme *Sociale Media* ou d'un *Metaverse* (simulation virtuelle de l'espace physique type *Second Life* ou *IMVU*).

LA DÉMOCRATIE NUMÉRIQUE ET LE WEB PARTICIPATIF

La dernière décennie a fait preuve que l'Internet peut servir d'arène pour la participation politique des gens qui autrement ne sont pas politiquement engagés. Les organisations non-gouvernementales défendant les droits des différentes catégories d'individus ont trouvé ici la meilleure tribune où exprimer leurs revendications. Ainsi, à travers les médias numériques, même les groupes politiquement marginalisés peuvent trouver un nouvel élan pour devenir plus actifs.

Un cas particulier d'influence des médias sociaux sur les prises de position politiques est sa capacité à se transformer en incubateur de mouvements civiques. Cet espace fournit le cadre parfait pour les cyber-solidarités spontanées. Plusieurs actions publiques comme *Occupy*, *Indignados*, *Arab Spring* et plus récemment *Gilets Jaunes* sont issues de la coagulation d'idées et d'opinions exprimées sur différentes plateformes de médias sociaux. L'auteur a eu l'occasion d'étudier de première main, à travers des entretiens et l'observation des participants, le mouvement *#REZIST* en Roumanie pendant plusieurs mois. Les observations et les entretiens ont eu lieu en ligne et *in situ* (c.-à-d. Place Victoria, Bucarest). Le symbole «#» est devenu omniprésent sur les plateformes des média sociaux, faisant référence aux multiples possibilités de recherches croisées sur des mots-clés visant différentes aires d'intérêts où les utilisateurs peuvent se retrouver. Tamara A. Small (2015) donne un aperçu de la façon dont les «#» – des mots-clés attachés à un message destiné à l'attribuer à un fil conducteur et à en accélérer l'identification thématique – peuvent relier les médias à des auditoires auparavant hors de leur portée.

Au cours de cette période de cyber-solidarisation plus ou moins spontanées et d'essor de nouvelles formes d'engagement civique, plusieurs formes de manipulation ont visé à la fois les plateformes Facebook et les participants dans la rue. Toutes les techniques classiques ont été utilisées, de l'invitation à une action plus violente aux avertissements d'événements potentiellement dangereux à la proposition d'un changement de lieu comme déjà remarqué (Stoiciu, 2019).

«Les premières conceptions de la démocratie numérique en tant que sphère publique virtuelle ou espace civique ont été remplacées par un nouvel optimisme technologique pour le renouveau démocratique fondé sur les caractéristiques de réseautage ouvert et collaboratif des médias sociaux» (Loader *et al.*, 2011, p. 757).

Une communauté virtuelle n'est pas intrinsèquement associée à des coordonnées objectives comme l'ASL (âge, sexe et localisation), le statut social (profession, standing etc.) ou l'interaction physique. Par conséquent, dans la plupart des cas, ses membres ne sont pas contraints de se rencontrer en personne et ils ne le font habituellement pas. Cependant, il existe un code éthique universel et spécifique qui s'applique à toute forme de regroupement humain. A ce titre, les communautés virtuelles ne sont pas exemptées. Il y a toujours l'étiquette, un protocole de communication de l'information et de relations avec les autres membres. Ceux qui rompent avec la netiquette sont signalés aux autres et peuvent être isolés. Récemment, à la veille du web 3.0, les communautés sociales se transforment de plus en plus en «foules intelligentes»:

«Les foules intelligentes sont composées de personnes qui sont capables d'agir de manière concertée même si elles ne se connaissent pas. Les gens qui forment les foules intelligentes coopèrent de façons jamais vu auparavant parce qu'ils portent des dispositifs qui possèdent des capacités à la fois de communication et d'informatique» (Rheingold, 2002, p. 12).

Henri et Pudenko (2003) ont proposé un modèle graphique (*Fig. 1*) et une classification des communautés virtuelles en fonction de la force du lien social et de l'intentionnalité de rassemblement. Ils identifient quatre catégories:

- Communauté d'intérêt – regroupement aléatoire à durée variable.
- Communauté d'intérêt intelligente – similaire à une force d'intervention bien structurée et bien motive.
- Communauté d'apprentissage – rassemblement contextuel qui peut évoluer aux fins du programme éducatif vers une communauté d'intérêt intelligente ou vers une communauté de pratique.
- Communauté de pratique – homologue d'une communauté réelle de praticiens.

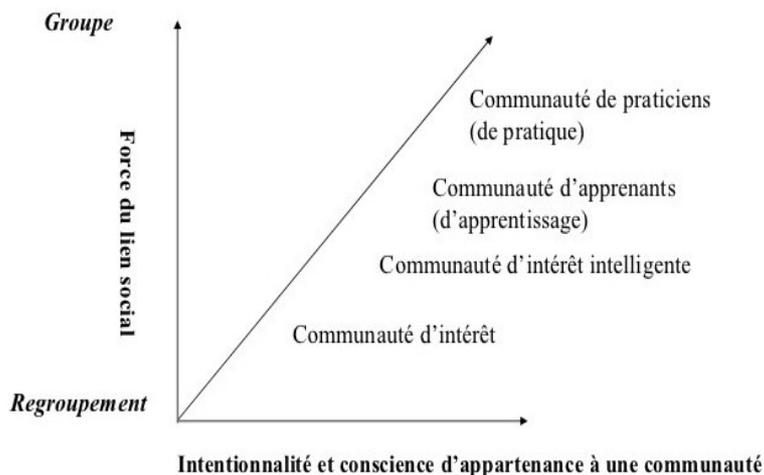


Fig. 1. – Différentes formes de communautés virtuelles selon leur contexte d'émergence (Henri *et al.*, 2003, p. 476).

L'interactivité croissante des communautés virtuelles ouvre de nouvelles voies prometteuses pour l'étude de l'issue et de la propagation d'émotions collectives, l'usage massif de l'Internet pouvant en être cause et débouché. Puisque le cyberspace est un espace humain par excellence, il suppose l'émergence d'un contexte émotionnel. Il représente aussi l'excellente opportunité d'expression publique pour les individus les plus introverts – qui même par le geste d'affirmer «**J'aime**», d'attribuer un *émoticon* ou de «partager» quelque chose en ligne peuvent se faire remarquer par ceux qui comptent pour eux. En même temps, ces expressions-types frugales apportent pour la plupart d'utilisateurs l'effet pervers d'induire une superficialité affective et un sort de cyber-conventionnalisme. L'Internet satisfait à la fois deux besoins majeurs: celui d'intégration (d'inclusion dans un groupe) et celui de différenciation (de se distinguer, de se faire remarquer par les autres) – facilitant plus que jamais la possibilité d'entamer une excellente gestion de l'image personnelle. De l'autre part, ces plateformes peuvent constituer un outil maléfique pour les pratiquants de cyber-bullying et de l'abus émotionnel. Un des cas les plus médiatisés a été celui de la «Blue Whale Challenge» – un jeu finalisé par le défi ultime: le suicide des participants.

Les nouvelles technologies médiatiques utilisées pour les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter ou WhatsApp transforment continuellement les pratiques publiques des individus et des institutions. Les technologies du Web 2.0 ont évolué spécifiquement pour faciliter la production collaborative de contenu World Wide Web grâce au potentiel des réseaux sociaux. Ils ont permis de relier de façon plus claire l'activité en ligne avec la vie sociale quotidienne. Cela s'applique aux individus humains, peu importe leur âge. Les enfants se connectent pour partager la fonctionnalité ludique et divertissante de l'ordinateur. D'autre part, pour les adolescents, les smartphones et les tablettes (leurs outils primaires pour les réseaux sociaux) semblent devenir des besoins aussi fondamentaux que la nourriture et l'eau. Cependant, ces «avantages» peuvent également comporter de diverses menaces. Les services de réseautage social sont utilisés comme un moyen pour les jeunes de communiquer avec leurs amis, mais un qui leur permet aussi de bénéficier un large éventail d'informations et de possibilités de loisirs qui sont constamment disponibles et enrichis. Nous pouvons envisager le développement des systèmes informatiques de plus en plus sensibles aux émotions, qui, espérons-le, vont rendre nos vies et nos emplois plus faciles et plus agréables selon nos humeurs.

L'ANTHROPOLOGUE FACE AU MONDE VIRTUEL

L'anthropologie du monde virtuel s'occupe de la façon dont les nouvelles technologies influencent la culture de certains groupes ou de la société en général. Cela implique l'étude de la transition vers un «monde post-corporel aux nouvelles logiques sociales et régimes sensoriels» (Escobar et al, 1994, p. 216), mais aussi la

relation des humains avec l'intelligence artificielle et l'intégration sociale des technologies émergentes issues de l'intelligence artificielle. Cette discipline a été envisagée au début des années 1990. Arturo Escobar a introduit le terme «cyberculture» dans son article «Welcome to Cyberia» paru dans *Current Anthropology*. «En tant que nouveau domaine de pratique anthropologique, l'étude de la cyberculture s'intéresse particulièrement à la construction et à la reconstruction culturelles sur lesquelles reposent les nouvelles technologies et qu'elles contribuent à leur tour à façonner» (Escobar *et al.*, 1994, p. 211).

Les ethnographies conçues d'une manière classique s'appuient sur l'idée de localisation. Le chercheur visite une communauté d'ailleurs et essaye de s'y intégrer pour une période assez longue pur qu'il puisse observer et décrire les différents aspects de sa vie quotidienne. Les enjeux structurels et fonctionnels de l'espace virtuel apportent une remise en cause de ce paradigme. La globalisation, le développement des technologies de communication et l'intensification des circulations des gens et de la marchandise par des moyens de transport de plus en plus rapides ont créé les prémisses d'un processus d'homogénéisation culturelle qui menace le principal objectif de la recherche anthropologique: l'identification et la description d'un spécifique local. «Ce qui serait apparu comme une impossibilité logique – ethnographie sans ethnos – est venu à apparaître, à plusieurs, parfaitement raisonnable, voire nécessaire» (Gupta *et al.*, 1997, p. 2).

Le terrain classique en anthropologie suppose la recherche du spécifique locale en édulcorant délibérément les influences culturelles externes – sauf dans le cas où celles-ci font l'objet de l'étude. Cette nouvelle réalité culturelle de la société globalisée réclame une nouvelle approche: une ethnographie multi-locale. L'anthropologue doit considérer l'option d'un terrain complexe construit à partir d'une nécessité objective de déplacement entre différents sites. Il est mené à effectuer des recherches sous un approche mondialiste, qui s'éloigne des sites uniques et des situations locales pour analyser, dans un contexte spatio-temporel plus élargi, les interactions et les interférences culturelles.

C'est Manuel Castells qui a envisagé en 1996, dans son ouvrage *Network Society (La Société en Réseaux*, version française parue en 1998) le déplacement vers une anthropologie des réseaux avec une ouverture des perspectives théoriques inconcevable. Contrairement au «site de recherche» classique, un réseau est une structure ouverte, très dynamique, capable de s'étendre presque sans limites. De la même façon il faut se préparer pour un rythme épistémologique augmenté: une rafale des terrains à court temps autour d'un même sujet sur des réseaux des communautés similaires ou différentes, plutôt que s'engager dans un long séjour d'exploration, immobilisé au même endroit à la Malinowski. Cela remet en cause la position de l'observation participante comme démarche méthodologique centrale.

C'est alors la méthodologie anthropologique qui peut placer les nouvelles technologies dans un cadre culturel et social élargi, visant l'emploi des outils et des données sur de différents paliers normatifs: un groupe social, une entreprise, l'Etat etc.

Un premier problème auquel l'ethnographie virtuelle doit faire face est la validité des données sur les utilisateurs d'Internet. L'exactitude des informations sur l'âge, le sexe, la nationalité, etc. s'avère difficile à vérifier. Au lieu de s'appuyer sur des faits concrets, l'ethnographe s'appuie sur la fiabilité de l'utilisateur et sur son propre jugement. Créer un personnage numérique représente l'occasion parfaite de remodeler une identité. Du fait que la réalité virtuelle représente un monde sans frontières temporelles ou spatiales, un internaute peut forger un profil de héros ou de vilain en changeant tous les aspects de ses caractéristiques particuliers: âge, sexe, race ou nationalité, origine, religion, occupation, état marital et même apparence physique (en publiant de photos ou vidéos retouchées ou empreintes). C'est la quintessence de la vision postmoderne de l'identité et de la personnalité.

De plus, pour s'insinuer efficacement en tant qu'observateur participant dans le cyberspace, le chercheur doit également créer un personnage. Cet effort soulève un conflit d'ordre éthique qui fait l'objet d'un débat permanent en sciences sociales tout en étudiant la réalité virtuelle: jusqu'où un sociologue peut-il aller en assumant un profil fictif?

«Les méthodes traditionnelles de collecte de données dans les études ethnographiques (principalement observation participante et entretiens) sont employés différemment dans la recherche en ligne. Par conséquent, les ethnologues doivent apprendre à traduire leurs compétences de nature observationnelle, d'entretien, d'éthique et de création de rapports dans un environnement de recherche virtuel essentiellement textuel et visuel» (Garcia *et al.*, 2009, p. 78).

Chaque façon de conduire des entretiens ou des observations en ligne a ses propres avantages et inconvénients. L'anthropologie du virtuel se confronte à la disparition d'une source majeure de données: l'absence du langage non-verbal en ce qui concerne la vaste majorité des communications écrites – composante essentielle de ce nouveau monde. Les recherches menées par entretiens conduits exclusivement par messages-texte et l'observation des publications en ligne sont privées des données recueillies à partir des expressions émotionnelles faciales et posturales. Les émoticons et les GIF-s arrivent à peine à piloter le récepteur vers un vrai impact du langage corporel. Un entretien par vidéoconférence a l'avantage de placer la personne dans son environnement de prédilection, lui donnant un sentiment de confort et la liberté d'y mettre fin subitement. D'autant plus, les observations comportementales à l'intérieur d'un métaverse (simulation virtuelle de l'espace physique type *Second Life*) sont encore plus difficiles à saisir en termes de validité.

En tant qu'observateurs participants, les chercheurs ne sont pas épargnés par l'émergence d'une métamorphose idéologique tout en accédant à la réalité virtuelle. C'est un élément essentiel de la spécificité méthodologique de l'anthropologie numérique. Par conséquent, un imago virtuel d'un anthropologue doit englober une personne socialement ouverte, honnête et impartiale, qui ne doit

pas ajouter sa part aux efforts de manipulation potentiels perpétrés dans le cyberspace.

Les normes méthodologiques de la recherche sur Internet ne peuvent être statiques, car les technologies et la façon dont elles sont utilisées évoluent constamment. Par conséquent, de nouveaux cadres doivent émerger à mesure que les changements à la nature et à l'utilisation des médias sociaux les rendent nécessaires. Le chercheur doit veiller à ce qu'une approche éthique soit adoptée pour la collecte, l'analyse et la réutilisation des données recueillies sur les plateformes de médias sociaux, car chaque contexte de recherche peut s'avérer unique, avec ses propres défis éthiques.

CONCLUSIONS

L'anthropologie de l'espace virtuel n'est pas un domaine nouveau, il est né presque en même temps que l'Internet. Mais le changement majeur qui peut être observé sur le terrain, avec l'isolement de masse imposé sous la menace de la propagation de la COVID-19, est que la cyber-anthropologie est en train de devenir une discipline en soi parmi les sciences sociales et ses thèmes deviendront des spécialités de cette nouvelle discipline. Il est probable que dans un avenir très proche, l'anthropologie de l'e-démocratie, l'économie virtuelle, la télémédecine etc. produiront chaque année autant de matériel bibliographique que leurs homologues qui étudient le développement de la vie sociale dans l'espace physique. Tout comme, avec la mise en place d'un *lingua franca* de l'Internet, au moins dans l'espace virtuel, la mondialisation triomphera et l'ethnos sera remplacé par des logos.

«Grâce à la culture, les humains sont déjà virtuels: l'ethnographie a toujours été une sorte d'investigation virtuelle de l'humain et peut donc jouer un rôle important dans la compréhension de la cyber-socialité» (Boellstorff, 2008, p. 249). Ainsi, la culture du monde virtuel, c'est-à-dire la façon dont les gens utilisent et sont touchés par celui-ci, a un certain nombre de répercussions pour ce milieu social: cela peut fournir un regard particulier envers soi et constituer, en même temps, une source de cohésion communautaire dans la vie réelle. Les différents comportements sociaux en ligne peuvent être attribués à des caractéristiques des utilisateurs, comme le besoin d'appartenance ou celui de popularité. Puisque ces facteurs psychologiques sont liés aux habitudes des personnes qui révèlent leurs sentiments ou leurs pensées dans des cyberspaces publics et privés, il semble essentiel d'examiner la manière dont les utilisateurs en ligne se présentent: la quantité de détails, le niveau d'intimité etc.

Un grand défi réside dans l'évaluation d'émotions éprouvés dans le contexte de l'utilisation des sites de réseautage social. Une possibilité qui a déjà été utilisée est d'évaluer les sentiments par des mesures d'auto-évaluation (au moyen de

questionnaires ou d'entretiens). Les futures recherches doivent accepter au moins deux nouvelles épreuves: explorer les effets émotionnels longitudinaux au niveau individuel et collectif et optimiser la validité des résultats en tenant comptes des caractéristiques sociotechniques du monde virtuel en constante évolution.

Les logiciels d'intelligence artificielle, l'apogée du progrès en matière de technologie informatique d'aujourd'hui, ont démontré qu'ils sont capables d'analyser et même de prévoir à un certain point les états émotionnels des individus et des groupes. Ces systèmes, équipés de représentations étendues des structures de réseaux sociaux, peuvent s'avérer des accompagnants utiles d'un anthropologue en quête de scénarios d'approche et d'analyse des différentes communautés en ligne.

«L'un des besoins essentiels à cet égard est d'intégrer la détection des émotions dans une théorie plus large de l'interaction qui prend également en compte l'écologie sociale» (Thelwell *et al.*, 2014, p. 385).

Un obstacle majeur contre la possibilité de capturer la diversité culturelle est représenté par l'oligopole des plateformes sociales, le célèbre GAFAT (Google, Apple, Facebook, Twitter). Il s'agit d'une situation qui peut créer l'opportunité pour des abus, comme la censure ou le traitement préférentiel de certains utilisateurs. Une riposte à cet égard est donnée par les logiciels contributifs à libre-service comme Linux. L'histoire récente des principaux services Internet a montré la place décisive des utilisateurs-innovateurs, indépendants (non-corporatistes) dans l'intuition, le développement et la généralisation des innovations. Ainsi on retrouve dans le monde professionnel un modèle d'entreprises travaillant sur des logiciels propriétaires et un autre, basé sur le logiciel libre, organisé autour de la coopération et du caractère cumulatif des améliorations et inventions apportées aux logiciels, ceux-ci étant considérés comme des biens communs.

Au-delà des aspects économiques (alternatives moins chères, voir gratuites) et ceux qui visent la confidentialité des données, une préoccupation constante est accordée aux aspects ergonomiques du travail avec les outils informatiques afin que certains dispositifs semblent devenir «des extensions de l'être humain» (Baldauf *et al.*, 2017, p. 12).

Dans ce contexte, le développement le plus récent de l'Internet à partir de la deuxième décennie du 21^{ème} siècle, le Web 3.0 (l'Internet sémantique), a été anticipé par des plateformes de société simulée comme IMVU ou *Second Life*, qui permettaient aux individus de créer et d'expérimenter leur propre monde idéal avec une immersion amplifiée par des casques à réalité augmentée. Le Web 3.0 représente l'apogée de la personnalisation de l'Internet, facilitant un soi-disant contrôle total sur chaque flux qu'un utilisateur peut recevoir. La question de savoir si ce contrôle est authentique et si le flux correspond aux besoins réels d'un individu est un important sujet de débat pour les représentants de la société civile et les spécialistes en sciences sociales.

Pour mieux s'engager dans une démarche ethnographique visant les communautés virtuelles, l'anthropologue doit se soumettre d'abord à un périple phénoménologique; pour y plonger dans une observation participante, on doit se débarrasser des coutumes du monde réel et démarrer une réflexion sur l'impact social de l'Internet dans son évolution, sur l'identité de soi et de l'autrui. Car ici, on ne se retrouve pas dans le monde contextualisé par le «contrat social» de Jean Jacques Rousseau, mais dans celui géré principalement par des acteurs privés, soient-ils des entreprises multinationales ou des agents collaboratifs indépendants.

Finalement, toutes ces opportunités d'intégrer une réalité alternative, comme l'espace virtuel y est, ne doivent pas inciter à l'anomie, à vivre en dehors des règles, car les conséquences peuvent être tragiques sur un plan individuel, mais également sur celui social.

BIBLIOGRAPHIE

1. Acerbi, A. (2020). *Cultural Evolution in the Digital Age*. Oxford: Oxford University Press.
2. Aguiton, C., Cardon, D. (2008). Web Participatif et innovation collective. *Hermes*, 50, p. 75–82.
3. Baldauf, H., Develotte, C., Ollagnier-Beldame, M. (2017). The Effects of Social Media on the Dynamics of Identity: Discourse, Interaction and Digital Traces, *Alsic*, 20 (1) <http://journals.openedition.org/alsic/3004>.
4. Boellstorff, T., (2008). *Coming of Age in Second Life An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton: Princeton University Press.
5. Escobar, A., Hess, D., Licha, I. et al. (1994). Welcome to Cyberia. *Current Anthropology*, Vol. 35, pp. 211–231.
6. Garcia, A., Standlee, A., Bechkoff J., Cui, Y., (2009). Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38, p. 52–78. <https://doi.org/10.1177/0891241607310839>.
7. Gupta, A., Ferguson, J. eds. (1997). *Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology*. Durham: Duke University Press.
8. Henri, F., Pudelko, B. (2003) Understanding and analysing activity and learning in virtual communities. *Journal of Computer Assisted Learning*, 19, p. 474–487.
9. Horst, H. Miller, D. eds. (2012). *Digital Anthropology*. London and New York: Berg.
10. Holyst, Janusz. ed. (2017). *Cyberemotions. Collective Emotions in Cyberspace*. Springer.
11. Loader, B., Mercea, D. (2011) Networking Democracy? *Information, Communication & Society*, 14:6, p. 757–769, DOI: 10.1080/1369118X.2011.592648.
12. Miller, D., (2018). Digital Anthropology. In *The Cambridge Encyclopedia of Anthropology* (eds) F. Stein, S. Lazar, M. Candea, H. Diemberger, J. Robbins, A. Sanchez & R. Stasch. <https://www.anthroencyclopedia.com/entry/digital-anthropology>.
13. Papacharissi, Z., (2011). Conclusion: A Networked Self. In Papacharissi Z.(ed.) *Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, London: Routledge, p. 304–317.
14. Rheingold, H., (2002). *Smart Mobs. The Next Social Revolution*. Cambridge: Perseus Publishing.
15. Marland, A., Giasson, T., Small, T. (2015). *Political Communication in Canada: Meet the Press and Tweet the Rest* Vancouver: UBC Press.
16. Saunders, R.A., (2011). *Ethnopolitics in Cyberspace. The Internet, Minority Nationalism, and the Web of Identity*, London: Lexington Books.

17. Stoiciu, G. (2019) Social media as a community incubator, *Journal of Community Positive Practices*, 19 (4), pp. 3–10. DOI: 10.35782/JCPP.2019.4.01.
18. Thelwell M., Kappas, A. (2014). The role of sentiment in the social web. In Scheve, C., Salmella, M. *Collective Emotions. Perspectives from psychology, philosophy, and sociology*, Oxford: Oxford University Press.
19. Wittel, A. (2000). Ethnography on the Move: From Field to Net to Internet. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(1), <http://nbnresolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0001213>.

