



## Des ressources **professionnelles** pour les enseignants-documentalistes

---

# Entretien avec Louise Merzeau : quelle présence numérique ?

Par *Anne Francou*,

CRDP de l'académie de Lyon [octobre 2011]

Mots clés : identité numérique , réseau social

Entretien | Pour aller plus loin | Notes |



Louise Merzeau  
[avec l'aimable autorisation de l'auteur]

*Louise Merzeau est Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université Paris Ouest Nanterre La Défense. Ses travaux de recherche portent essentiellement sur trois domaines : Mémoire et information, Médiation (approche médiologique) et Image et information.*

*Elle est également artiste photographe.*

*Pour visiter le site de Louise Merzeau : <http://www.merzeau.net/index>*

### ■ Quel type de traces un internaute laisse-t-il sur la toile ?

**Louise Merzeau** : Un internaute laisse beaucoup de traces de différentes natures. Nos comportements en ligne ont considérablement évolué, soit directement sur Internet, soit lors de toutes sortes de transactions qui intègrent des transferts d'informations numériques : par exemple si on utilise une carte de paiement, une carte de parking, une carte de transport, etc. Tout ce que l'on fait va déposer des traces par le fait même du traitement de l'information numérique qui circule. Ces traces sont stockées, enregistrées, dans des durées bien sûr très variables.

Si on essaie de résumer toutes les traces qu'un individu peut laisser, on trouve au premier niveau les traces que ce dernier dépose intentionnellement, par exemple dans toutes les situations où on renseigne consciemment des champs : un formulaire qui contient toutes sortes de données, souvent en rapport avec l'état civil, adresses ou téléphone, adresse mél, etc.

Il s'agit là d' une première couche d'identité très classique, bien sûr très personnalisée. Mais il est logique pour certaines transactions, par exemple pour se faire livrer un achat en ligne, de devoir prouver dans une certaine mesure que l'on est et de devoir donner des informations pour que la transaction s'opère.

Une deuxième sorte de trace, elle aussi intentionnelle mais déjà plus spécifique au numérique, concerne ce qui est de l'ordre de l'expression et de la communication, de l'échange. Il s'agit des échanges qu'on a sur le

web, par exemple quand on clique sur les fameux boutons de Facebook. Il suffit d'un petit clic pour dire qu'on apprécie un contenu, ça peut être des vidéos, ça peut être simplement le statut d'un autre internaute. On a juste cliqué sans développer ce que l'on pense de la chose en question mais en tout cas on dépose une trace puisqu'évidemment ces clics sont reliés à nos profils. Dans le même registre, mais d'une manière beaucoup plus élaborée, il y a les publications en bonne et due forme qu'on peut faire, soit un commentaire qu'on va déposer sur un blog, soit la gestion du blog lui-même si on en a un, tout ce que l'on va exprimer dans un compte Facebook par exemple. On reste au niveau de ce qui est volontaire et donc normalement à peu près conscient. Cela représente déjà beaucoup de choses puisqu'il y a de plus en plus de gens qui s'expriment sur le web. On peut parler ici d'une économie du commentaire.

Ce qui est tout à fait nouveau, en tout cas propre au numérique, c'est que ces traces ne s'arrêtent pas au niveau intentionnel. Il y a aussi beaucoup de traces que nous déposons sans le savoir, en tout cas sans nous en rendre compte et surtout sans le vouloir. Il y a quantité de traces qu'on ne peut pas ne pas laisser même si on voulait rester tout à fait discret. Le simple fait d'échanger sur le web, de se connecter, d'utiliser un moteur de recherche, d'être connecté sur Facebook même sans s'exprimer - les membres de notre réseau voient par exemple qu'on est présent, en tout cas que le compte est ouvert - génère quantité de traces qu'on dépose de manière tout à fait non intentionnelle. On considère maintenant que cette proportion non intentionnelle dépasse même quantitativement l'autre part. Cela veut dire que ce que l'on continue d'appeler notre identité échappe très largement à notre contrôle, en tout cas à notre conscience.

### ■ **Cela veut-il dire qu'on ne peut pas prétendre avoir une maîtrise totale de son identité sur le web ?**

**Louise Merzeau :** cette question est assez délicate. Maîtrise totale des traces, la réponse est très clairement non. Il n'y a aucun moyen de s'assurer de maîtriser totalement ses traces justement au sens où l'on pourrait décider d'en laisser ou de ne pas en laisser ni non plus au sens où l'on déciderait d'effacer par exemple ce qui nous gênerait. Dans l'état actuel des techniques, des réseaux et aussi des stratégies économiques qu'il y a derrière, il y aura de toute façon des traces dont on n'a pas la maîtrise.

La question de savoir si notre identité est complètement assimilable à ces traces est une autre question. Si savoir maîtriser son identité se réduit à maîtriser ses traces, je dirai que c'est plus sujet à discussion. Je considère personnellement qu'on peut relativement bien maîtriser ce que j'appelle plutôt sa présence numérique. Je crois qu'on ne peut pas contrôler toutes ses traces mais plutôt développer sa présence, maîtriser dans la mesure du possible ce que l'on publie, construire ses réseaux, etc., choses dont on peut avoir à mon avis un assez haut degré de maîtrise. Cela n'empêche pas que quantité de traces se déposent de manière très sous-jacente à nos comportements. Il faudrait plutôt déplacer la réflexion et la formation sans doute sur comment et pourquoi on doit tenter de maîtriser ses comportements. Ce n'est pas la technique elle-même, la trace numérique qui sont en jeu, cela est hors du contrôle de tout un chacun.

Cela ne veut pas dire pour autant qu'il n'y ait pas de décisions à prendre, de réflexions politiques à mener sur les stratégies : il n'y a pas non plus de fatalité. Mais c'est dans le dispositif technique lui-même que se trouve cette traçabilité : l'individu n'y peut rien.

Par contre, si on déplace la réflexion au niveau du comportement, on comprend très bien qu'on puisse reposer la question : jusqu'où peut-on maîtriser son comportement ? Et collectivement : comment peut-on mettre en place ou améliorer des systèmes de bonnes pratiques ?

### ■ **Vous préférez parler de *présence numérique* plutôt que d'*identité numérique*. Pourriez-vous nous apporter quelques précisions sur cette distinction ?**

**Louise Merzeau :** Oui, j'ai proposé effectivement cette notion, sinon pour l'opposer en tout cas pour essayer de se dégager un peu de cette problématique de l'identité numérique qui est très mise en avant en ce moment. Je pense que c'est bien sûr à juste titre qu'on avance ce concept d'identité numérique, mais le débat est souvent biaisé dans la mesure où l'identité numérique évoquée dans beaucoup de discours relève plutôt du marketing. On parle par exemple de personal branding [1]. On risque de basculer très vite dans

une conception marchande et publicitaire de l'identité, en faisant de l'identité de chacun l'équivalent d'une marque ou d'une image. C'est d'ailleurs par le biais de cette métaphore de l' »image » et de l' »image de marque » qu'on en est arrivé là, en faisant une sorte d'injonction à chaque individu : « vous devez soigner votre image, gérer votre image, etc. ». C'est ce qu'on va mettre derrière le mot de « maîtrise », comme si l'identité était plus de l'ordre d'un avoir que d'un être, d'une chose que l'on aurait et qu'on pourrait maîtriser, gérer de manière instrumentale avec l'illusion d'une totale maîtrise. Limiter la question de la maîtrise de l'identité à cette version est évidemment très réducteur. Cela sert certains intérêts bien sûr, ceux des organismes ou des sociétés qui nous tracent, qui ont tout intérêt à cumuler nos profils. Ce n'est pas une vision complètement aberrante, elle est légitime pour une entreprise ou un individu qui veulent avoir une dimension publique, gérer une image publique exactement sur le modèle d'une marque. Mais de là à en faire le seul modèle possible pour la vie en ligne pour n'importe quel individu... Je pense qu'il faut tirer une sonnette d'alarme en expliquant qu'il ne s'agit pas de la même chose, d'où cette formule de « présence numérique » que j'ai proposée. Ce que je mets dedans, c'est tout ce qui relève de notre présence sur les réseaux. Nous vivons de plus en plus sur les réseaux, la vie en ligne est vraiment devenue une réalité pour beaucoup de gens. Ce qu'il faudrait introduire pour contre-balancer l'imagerie commerciale, c'est de la temporalité : comme notre vie réelle, notre présence en ligne ne se réduit pas à une accumulation de traces qu'on pourrait prendre dans n'importe quel ordre. Notre vie en ligne s'inscrit dans une durée, ça veut dire qu'il y a bien sûr des traces qu'on dépose mais il faudrait admettre qu'il y a des traces qui s'estompent, même si elles sont encore accessibles techniquement. Ce que l'on a dit, fait, publié il y a vingt ans n'a pas forcément la même valeur que ce que l'on a dit hier. Ce sont des pratiques qui sont complètement acquises dans la vie réelle : on peut par exemple retrouver en « creusant » dans un vieux journal les propos tenus par quelqu'un mais le fait que ces derniers soient anciens atténue leur portée car on prend en compte la distance temporelle. Alors que sur le web, on ne prend pas cette distance en compte. Un jeune qui publie des photos de fêtes sur Facebook et à qui trois ans plus tard, quand il se présente à un entretien d'embauche, on reproche d'avoir publié ces photos, peut se voir refuser le poste à cause de ses traces passées.

### ■ Faut-il instaurer alors une sorte de droit à l'oubli ?

**Louise Merzeau** : Absolument. Je pense qu'il faut revendiquer un droit à l'oubli mais pas dans le sens où on l'entend le plus souvent. Ce n'est pas l'idée d'effacer les traces, ce qui est largement illusoire, ce ne sont pas forcément non plus des limites purement juridiques qui sont nécessaires, même s'il en faut sûrement. Ce sont plutôt les usages et les mentalités qu'il faut faire évoluer. Il faut admettre que les traces sont inscrites, enregistrées et que, sous certaines conditions, on peut les retrouver. Mais ce n'est pas parce qu'on trouve une trace qu'on a tous les droits de s'en servir, de l'exploiter, et de ne pas tenir compte du contexte. Je pense que l'une des directions à développer est de prendre davantage en compte le contexte dans lequel nous déposons nos traces. C'est ça qui leur donne du sens.

Cela montre aussi que se protéger, éviter au maximum les abus ou les effets d'expropriation, ce n'est pas s'enfermer, ce n'est pas vouloir multiplier les interdits, les blocages ou penser qu'on peut effacer ses traces passées. C'est au contraire développer sa présence, c'est-à-dire l'étoffer de manière à ce qu'une trace isolée ne soit finalement pas exploitable. Développer des traces cohérentes par une présence riche est le meilleur moyen de se protéger. Car des traces isolées ou un peu aberrantes dans cet ensemble seront peu exploitables. C'est ce que préconisent d'ailleurs les prestataires qui ont fait leur métier de la protection ou la « réparation » des traces. On sait bien qu'ils ne peuvent pas vraiment effacer les traces, par contre ce qu'ils proposent souvent à leurs clients qui ont un problème de *e-réputation* [2], c'est de produire plus de traces, de se manifester sur les réseaux, etc. Ils développent alors une présence dont ils peuvent avoir une maîtrise.

### ■ Que devient la liberté individuelle quand on publie sur le net ?

**Louise Merzeau** : La liberté peut s'exercer à plusieurs niveaux. Je pense qu'il est d'abord très important, comme dans tous les autres registres de l'existence, de connaître le plus possible le fonctionnement de ses

outils, de comprendre les mécanismes de la traçabilité, de comprendre surtout les raisons qui les sous-tendent. Il existe des raisons purement technologiques mais surtout – pour ce qui est de nos sociétés – des raisons économiques. Le moteur de la traçabilité c'est la marchandisation des traces. Il faut comprendre que ces dernières sont devenues une valeur économique, que tous ces services gratuits à nos yeux ne le sont évidemment pas. Comment les paye-t-on ? Avec nos données personnelles. Je pense qu'il est fondamental d'en avoir conscience, même les gens très jeunes peuvent très bien comprendre cela. Il ne s'agit pas bien sûr de développer une paranoïa permanente mais de comprendre que c'est un deal, un troc, et que c'est à nous justement de décider ce qu'on est prêt à concéder en vue d'obtenir quelque chose. Donc il faut s'informer et ensuite négocier ce que l'on va concéder. La liberté est justement dans cette forme de négociation.

Dans cet ordre d'idée, je pense qu'il faut essayer assez tôt de donner les moyens de choisir ses outils. Il existe plusieurs services web, plusieurs entreprises, plusieurs offres, certaines certes beaucoup plus monopolistiques que d'autres, mais c'est bien de savoir qu'il y en a d'autres moins connues. Il est important de savoir les choisir notamment en fonction de leur politique par rapport aux données personnelles, tout le monde n'ayant pas les mêmes politiques qu'en France. C'est aussi un autre degré de liberté.

Un troisième niveau de liberté consisterait à exercer sa présence numérique sur le modèle de l'« honnête homme » des humanités qui devait savoir lire, écrire, s'exprimer, défendre ses idées. Il faut savoir développer des compétences numériques non pas uniquement de l'ordre de la protection mais aussi savoir s'exprimer au bon endroit et pas n'importe comment, avoir conscience de ce qu'est un réseau social, que ce soit Twitter, Facebook, Copains d'avant ou autre. Evidemment tous les outils développés par Google se révèlent souvent les plus efficaces, les plus performants, les plus simples d'accès - tout le monde est tenté très logiquement de les utiliser, pourquoi pas - mais il faut s'informer sur ce que cela engendre, comment ces services sont connectés les uns aux autres. Le fait de faire une requête sur le moteur de recherche, le fait d'envoyer un courriel avec Gmail, le fait de partager des documents avec Google Docs. Dans la vie courante on peut avoir l'impression que tous ces services sont séparés puisqu'ils correspondent à des tâches différentes. Mais l'intérêt de Google c'est évidemment qu'ils soient reliés et qu'à chaque fois que nous allons utiliser l'un de ces services cela complète un même profil unique. En même temps cette logique peut nous être utile, parce que c'est ce « rapatriement » des traces qui fait que l'outil lui-même va nous « reconnaître » et nous mettre en relation avec les autres membres de notre réseau, nous simplifiant la vie. Tout cela relève d'une logique sociale tout à fait cohérente. Il ne faut donc pas tout voir en noir, et conserver une certaine prudence.

### ■ Selon vous, quel est le rôle de l'école dans la formation de l'« honnête homme numérique » ?

**Louise Merzeau** : Le rôle de l'école est fondamental. Je pense qu'il faut d'abord dédramatiser un certain discours qui a dominé pendant un moment à savoir celui des médiateurs traditionnels, eux-mêmes un peu affolés par toute cette évolution. Je pense qu'il faut expliquer le cadre général, le fonctionnement, il faut travailler avec ces outils. Il est important de montrer aux élèves et aux étudiants une plus grande diversité de ce que l'on peut faire avec ces outils, car beaucoup d'entre eux sont assez habiles avec ces outils mais ne les utilisent que dans des usages assez restreints, dans une logique de consommation, même s'ils utilisent plusieurs fonctionnalités. J'ai remarqué qu'assez rarement les étudiants se demandent s'il existe un outil équivalent mais qui ferait mieux, ils ne comparent pas, ils bricolent assez peu, ils restent très dociles par rapport à l'offre commerciale. Souvent beaucoup de ces outils peuvent remplir des fonctions différentes : par exemple ils vont assez peu se servir de Facebook pour travailler, alors qu'on peut très bien faire des choses passionnantes avec cet outil, comme récolter une information, créer des réseaux de collaboration, etc. Je pense donc que l'école a un rôle d'ouverture, d'introduction à plus de richesse, de plus-values informationnelles de ces outils.

### ■ Dans les collèges et lycées, l'enseignant-documentaliste participe activement à

## **cette éducation à la culture numérique des élèves, par le biais de travaux de recherche documentaire notamment.**

**Louise Merzeau** : C'est typiquement un domaine complètement transversal. L'idéal serait, effectivement, que le professeur-documentaliste soit la « tête de pont » du projet et que cela puisse être relié à plusieurs disciplines, que les professeurs dans leur ensemble commencent à prendre collectivement l'habitude de travailler par moment avec ces réseaux, quitte à en capitaliser après les résultats, par exemple dans des séances au CDI. Cet enseignement ne peut pas être une discipline en soi, il ne peut pas être réservé ni à un moment, ni à un lieu, ni être en dehors de tout apprentissage. Il va bien falloir petit à petit que ces outils entrent dans les pratiques courantes de tous les exercices scolaires puisque de toute façon c'est déjà le cas pour les élèves. A l'université, sans qu'on leur dise quoi que ce soit les étudiants ne cherchent leurs informations que sur Internet. Il faut donc travailler avec ces outils. Le problème n'est pas qu'ils cherchent leurs informations sur Internet mais c'est qu'ils ne savent pas très bien les chercher, qu'ils ne font pas de différence entre un site et un autre, qu'ils prennent la première chose qui vient.

Il y a tout un travail à faire pour aider les gens à se repérer dans le réseau, dans la quantité astronomique de contenus, apprendre à voir où ils sont, ce qui relève de la présence numérique. Comme dans la vie réelle, il faut apprendre à repérer différents milieux, savoir comment on se comporte dans tel milieu, comprendre qui parle, d'où on parle. C'est ce que je mets dans la présence numérique. Il s'agit de développer une compétence numérique qui soit à la fois un savoir lire, un savoir écrire et un savoir être. On voit bien que ces idées ne sont en général pas convoquées dans la notion d'identité numérique. C'est juste une étiquette qu'on nous incite à nous coller sur le dos, une sorte de double numérique qui va nous suivre sans qu'il y ait l'idée de développer un savoir. Les marchands n'ont jamais intérêt à ce que l'on développe des connaissances, ils préfèrent qu'on soit dans une sorte d'amnésie. Ce que je mets quant à moi dans la notion de présence numérique c'est au contraire la nécessité de développer sa mémoire numérique. Au fur et à mesure qu'on avance dans la vie, on développe une mémoire qui est à la fois un héritage des choses qu'on a abandonnées, des choses aussi qui nous ont formées, qu'on peut faire fructifier, qu'on peut déposer dans certains endroits, qu'on peut partager pour certains aspects, etc.

### **■ Vous dites qu'il faudrait arriver à une sorte de « conduite accompagnée » dans le domaine du numérique. Pourriez-vous développer ?**

**Louise Merzeau** : Je crois qu'effectivement le grand tort qu'on a eu - mais sans doute ne pouvait-on pas tellement faire autrement pour une génération qui n'y était pas préparée - c'est qu'on a un peu laissé les jeunes se débrouiller en se disant qu'ils étaient plus habiles que nous, ce qui était vrai en surface par rapport aux objets, aux outils eux-mêmes, tout en tenant parallèlement un discours assez moralisateur voire de stigmatisation. Dans les deux cas c'était faire fausse route. Il faut renoncer évidemment à ce discours de sanction et en même temps, qu'il s'agisse des parents ou des professeurs, il faut essayer d'être un peu plus près des pratiques des élèves, tout en acceptant qu'ils aient des pratiques qui les regardent, qui sont de leur âge : des pratiques de copinage, de conversation dans lesquelles ni les professeurs ni les parents ont leur place. Il est important de ne pas faire de coupure au niveau des outils. Ce n'est pas parce que c'est Facebook que ça ne doit pas intéresser le professeur ou le parent. Il s'agit de développer des activités à faire avec eux, de s'intéresser à ce qu'ils font par moment, de valoriser aussi leurs pratiques comme les jeux en ligne ou le développement d'un réseau social - le fait qu'ils aient tant d'amis - valoriser ces valeurs-là qui sont de toute façon maintenant la marque d'une présence épanouie sur le web.

Il serait utile d'inciter et d'accompagner les élèves à participer à des mémoires publiques, avec des outils du web social. Je pense par exemple à Wikipédia : apprendre à se servir de cet outil et à y contribuer est très formateur. Un déclic se produit quand les gens passent d'une consommation passive de Wikipédia à une phase active d'écriture. On peut très bien le faire de manière progressive, au début très simplement en corrigeant quelques articles et après en rédigeant entièrement un article. Autre exemple, dans le domaine de

la documentation, de plus en plus de bibliothèques de musées, d'organismes qui ont des collections, notamment d'images, ouvrent un blog, où les utilisateurs peuvent eux-mêmes participer en commentant, indexant, en proposant des tags. Les outils sont les mêmes que ceux qu'ils connaissent, mais ils vont déposer des traces qui vont entrer dans un patrimoine commun public, local, national, voire international. Ces travaux permettent d'apprendre des techniques, et de valoriser un travail qui restera, qui est capitalisé dans une mémoire collective. Je crois qu'il faut développer cette fierté de créer sur le web. Il y a de plus en plus de choses qui se développent là-dessus y compris sur les réseaux sociaux eux-mêmes.

## ■ La nature de l'information elle-même a-t-elle changé avec l'avènement des réseaux sociaux ?

**Louise Merzeau** : Ce qui a changé avec le web 2.0, ou web social, c'est que l'ensemble de l'information qui circule sur les réseaux tend à devenir personnelle. Je pense qu'il s'agit d'une mutation très profonde qui n'est pas toujours visible. Il y a une personnalisation systématique de toute information, très au-delà des seules plate-formes de réseaux sociaux du type Facebook. Pourquoi ? C'est tout d'abord lié à la technique même d'échange des informations. Contrairement aux mass médias l'utilisateur va chercher l'information, il n'est pas passif, recevant globalement une émission qui a été émise de manière radiale. Ce principe, présent depuis les origines du web, s'est accentué avec les technologies 2.0. Le résultat actuellement c'est que l'information n'est valable que si elle est validée par quelqu'un : soit par des membres de son réseau, avec une forme de contraction sur ses cercles personnels ou professionnels, soit par tout un système de recommandations par des médiateurs numériques d'un nouveau type qui ne sont ni des professeurs ni des experts scientifiques, mais des « signatures » qui se sont fait un nom sur les réseaux et qui relaient de l'information.

On voit bien que de plus en plus, même l'information scientifique n'est plus verticale. Pour qu'elle ait de la valeur, il faut que ce soit Untel qui l'ait signalée, notée ou relayée sur Twitter. Il y a un mouvement de personnalisation absolument global dans tous les registres. Le modèle du réseau social a contaminé tous les autres domaines. Cela va bien au-delà de la conversation, de la vie privée, cela touche le savoir, le discours politique et même la publicité.

On parle souvent du brouillage des frontières entre public et privé en disant que tout devient public. Je pense qu'il faudrait plutôt dire que tout devient personnalisé, en tout cas ce qui valorise l'information maintenant, c'est son degré de personnalisation. Je ne veux plus le même journal que tout le monde, je veux mon journal. Je ne veux plus simplement cliquer sur les liens que m'indique un moteur de recherche, en fonction d'un algorithme de pertinence, je veux sélectionner les liens que me signale Untel qui fait partie de mon réseau.

Derrière tout cela se met en place une véritable économie de la recommandation, avec des enjeux économiques considérables dans le fait de maîtriser ces réseaux d'attention, de signalement et d'évaluation.

## ■ Diriez-vous que la frontière entre la sphère publique et la sphère privée est devenue floue ?

**Louise Merzeau** : Je suis assez mitigée. C'est vrai qu'il y a des effets de brouillage, mais je ne pense du tout qu'il y ait confusion des deux. Je crois qu'il y a encore des registres publics et privés : certaines choses relèvent de la vie privée, des échanges avec nos amis, notre famille, un cercle relativement intime ; et il y a la vie publique, la vie politique, la société, la vie professionnelle. Ce qui a effectivement changé, c'est que ces deux registres peuvent s'exprimer et se croiser dans des lieux qui sont les mêmes, au niveau des plate-formes, de l'échange, des traces elles-mêmes où effectivement les cloisons sont tombées ou peuvent tomber. Des jeunes qui échangent des conversations sur Facebook, c'est privé, ce sont leurs conversations. Le problème est que ces conversations sont relayées sur des plate-formes auxquelles on peut assez facilement accéder, même quand on n'est pas dans le cercle des proches. Elles sont dans une sorte d'espace semi-public. Mais le conversationnel n'est pas pour autant de l'ordre du public. C'est pourquoi il faut plutôt comme je le disais précédemment déplacer la question au niveau des comportements, des

bonnes pratiques. Je pense que ce qui est à condamner ce n'est pas l'individu qui dit un peu trop de choses de sa vie privée sur Facebook, c'est l'individu ou l'entreprise qui se sert de cette information à une autre fin. Il y a un savoir vivre numérique à développer. D'autres auteurs que moi ont pris l'exemple de personnes qui ont une conversation privée dans le bus ou dans le train : les autres peuvent l'entendre mais on sait bien que c'est privé, donc a priori on ne va même pas écouter ; les convenances font qu'on n'est pas censé l'écouter, même si on l'entend.

Comme ces phénomènes sont encore nouveaux, on s'en remet à la technique, comme si la technique devait guider nos comportements. Mais ce n'est pas parce que la trace est techniquement accessible qu'on ne pourrait pas ne pas en tenir compte ; il suffit de le décider. Sur des questions éthiques, ce n'est jamais à la technique de répondre.

### ■ *Pour aller plus loin*

- Merzeau, Louise. Traces & identité numérique [en ligne]. Esen TV, mars 2010. [consulté le 27/10/2011]. Vidéo de la conférence disponible à l'adresse :  
<http://www.esen.education.fr/fr/ressources-par-type/conferences-en-ligne/detail-d-une-conference/?idRessource=1132&cHash=9981fd0816>
- Diaporama de la conférence disponible à l'adresse : [http://www.esen.education.fr/fileadmin/user\\_upload/Modules/Ressources/Conferences/flash/10-11/culture\\_num/merzeau/medias/merzeau\\_l\\_culture\\_num\\_traces\\_diapo.pdf](http://www.esen.education.fr/fileadmin/user_upload/Modules/Ressources/Conferences/flash/10-11/culture_num/merzeau/medias/merzeau_l_culture_num_traces_diapo.pdf)
- Merzeau, Louise (coord.) Présence numérique : de la gestion d'une identité à l'exercice d'une liberté in *Documentaliste - Sciences de l'Information* 47, N° 1, mars 2010 ; p.28-69.

[1] *Personal branding* (anglicisme) = "marque personnelle". Désigne le fait de créer et de gérer sa propre marque, rattachée à un individu et non à un produit. Cette marque personnelle est l'addition d'une réputation et d'une identité professionnelle.

[2] *E-reputation* (anglicisme) = image de marque d'une entreprise sur Internet.

