

## **Approche philosophique et socio-communicationnelle d'Internet ou les enjeux éthiques de ses usages**

Patrick J. BRUNET \*

La vision sociologique met l'accent sur l'analyse des faits sociaux alors que l'approche communicationnelle le porte davantage sur la notion d'interaction. Les notions d'imaginaire social ou d'échanges symboliques, par exemple, relèvent-elles de la sociologie ou de la communication ou appartiennent-elles à la philosophie sociale ou à la philosophie de la communication, laquelle jette un regard à la fois normatif et axiologique sur les réalités communicationnelles ?

Comment traiter 1) des rapports et des distinctions entre les approches sociologique, philosophique et communicationnelle? Je présenterai dans un 1<sup>er</sup> temps quelques éléments théoriques au sujet des trois approches, puis 2) quelques résultats d'une étude sur les enjeux éthiques liés aux usages d'Internet (étude de cas) en montrant en quoi l'apport des trois approches permet de mieux les appréhender et en quoi les enjeux éthiques eux-mêmes relèvent d'une approche tri-dimensionnelle.

### **1. QUELQUES ÉLÉMENTS THÉORIQUES : SOCIOLOGIE ET PHILOSOPHIE : RIVALITÉ OU CONVERGENCE ?**

Tout en étant conscients que, dans les sciences sociales et humaines, toute tentative de définition peut être réductrice, nous dirons toutefois que la sociologie vise à décrire les phénomènes sociaux en tentant de les mieux comprendre, voire de les expliquer. Du point de vue de la méthode, l'empirisme demeure une des méthodes privilégiées de la sociologie qui, à côté des méthodes objectives quantitatives, a du considérer la nécessité de faire appel à des méthodes qualitatives.

Dans le cadre des rapports entre la sociologie et la philosophie, deux conceptions du rôle de la sociologie s'opposent : la première avance que la sociologie fournit matière à réflexion utile au philosophe, la seconde avance que la sociologie rend caduque la philosophie quant à son rôle concernant le sujet humain et social. La sociologie (et les sciences humaines dans leur ensemble) ont tendu à supplanter la philosophie. Par ailleurs, le caractère paradoxal, voire mouvant tant du point de vue théorique que méthodologique de la sociologie, nécessite la prise en compte de la réflexion philosophique en filigrane ou en complément des recherches dites sociologiques.

Les normes fondatrices de la sociologie peuvent être formulées comme suit :

- la nécessité de se contenter de l'observation intersubjective des faits;
- la mesure est la base de l'objectivité;
- le chercheur doit considérer l'homme comme une chose et demeurer imperméable du point de vue sensitif à son objet de recherche.

Limites de la sociologie : Ce que l'on peut avancer c'est que la sociologie 1) emprunte des méthodes et des modèles à d'autres sciences, 2) manque peut-être d'un objet propre et unifié

---

\* Professeur titulaire et directeur, Département de communication, Université d'Ottawa.

construit à partir de concepts et principes fondamentaux et 3) souffre d'une certaine imprécision quant à son projet spécifique.

## **2. DU CÔTÉ DE LA PHILOSOPHIE : LA PHÉNOMÉNOLOGIE ET LE STRUCTURALISME**

Historiquement, les rapports entre la sociologie et la philosophie comprennent trois grandes étapes : une opposition, une complémentarité ou convergence (phénoménologie), une certaine hégémonie des sciences humaines et de la sociologie (structuralisme).

La complémentarité entre la sociologie et la philosophie se rencontre particulièrement dans la phénoménologie (Edmund Husserl, 1931) qui peut être définie comme l'étude descriptive des phénomènes, le courant philosophique dont le principe fondamental est de décrire et transcrire les activités conscientes et psychologiques de l'être humain (sujet) en termes de transformations concrètes du monde visé intentionnellement. La phénoménologie unit « le plus extrême objectivisme et le plus extrême subjectivisme » (Merleau-Ponty, 1945). En effet, le courant phénoménologique ne s'intéresse qu'au monde vécu et laisse de côté le monde réel. Le sujet ne peut exister sans monde et le monde n'existe qu'en lien avec le sujet et vice versa. Les phénomènes et le sens décrits sont toujours vécus. Cette approche rejoint celle des sociologues ou psychologues. La complémentarité peut se traduire ainsi : ce que le sociologue constate, le phénoménologue veut le fonder, c'est-à-dire référer et reconstruire les vécus et les comportements d'un sujet et tenter de façon ultime de dégager ce qui rend possible (ou détermine) dans la condition humaine ce vécu existentiel.

Les limites des sciences humaines et sociales en général et de la sociologie en particulier viennent du fait qu'elles se croient désengagées de la vie et de la société qu'elles prétendent observer et analyser.

À partir de la distinction célèbre de Dilthey (1942) qui oppose aux science de la nature, fondées sur l'explication, les sciences humaines fondées sur la compréhension, la sociologie, en même temps que la psychologie, a du reconnaître que l'être humain n'est pas une chose, et qu'une étude de ses comportements nécessite la reconnaissance de sa spécificité : l'être humain est un être conscient.

## **3. ET QU'EN EST-IL DE LA COMMUNICATION ?**

S'il est une discipline qui emprunte procédés, méthodes et modèles à d'autres disciplines, c'est bien la communication. Souvent qualifiée de « carrefour de disciplines », la communication s'est peu à peu hissée au rang des disciplines à part entière, échafaudant au fil de ses quelques cinquante ans d'existence ses propres méthodes et modèles. Issue ou empreinte de disciplines appartenant aux sciences humaines dont la scientificité a fait l'objet de réticences, la communication hérite d'autant plus de ces réticences, voire de résistances et réserves quant à sa véritable crédibilité. Il n'en demeure pas moins que ces derniers s'inscrivent dans la continuité de disciplines telles que la linguistique, la sémiologie, la sociologie ou la psychologie. Au-delà de ce constat, il nous apparaît important de souligner que le flottement sur le plan épistémologique auquel fait face la communication est la confusion entre l'objet et l'approche. En fait, le vaste champ que recouvre le terme communication ainsi que la dimension à la fois théorique et pratique qu'elle revêt, se traduit

par une double orientation de la discipline. D'un côté, la communication est perçue objet de recherche, d'un autre elle l'est comme approche.

Ce double aspect peut être abordé à partir, par exemple des usages d'Internet qui peuvent être considérés à la fois comme objet de recherche ou comme approche heuristique. Plus précisément encore, une recherche portant sur les enjeux éthiques d'Internet permet de dégager ce double aspect : objet de recherche et approche d'analyse. Comme objet de recherche, les enjeux éthiques liés aux usages d'Internet peuvent être appréhendés à partir d'une approche sociologique, communicationnelle ou philosophique. Comme approche, les usages d'Internet peuvent être appréhendés à partir de la dimension éthique laquelle fera appel aux dimensions sociologiques et communicationnelles, mais aussi aux dimensions philosophiques.

Plus précisément, ce triple apport prend appui sur une recherche portant sur la porosité des frontières entre espace public et espace privé sur Internet et les enjeux éthiques soulevés par cette porosité.

#### **4. PRATIQUES COMMUNICATIONNELLES D'INTERNET : IDENTITÉ ET PARADOXES (Brunet, 2002)**

Ce qui revêt une importance particulière dans les pratiques communicationnelles nouvelles engendrées par la technologie Internet (chat /bavadoirs, forum, journaux électroniques, pages personnelles), c'est le changement de perception que l'usage de cette technologie entraîne sur le plan identitaire. *Être connecté, c'est exister.*

Les quelques études<sup>1</sup> entreprises sur la question de la redéfinition des espaces privé et public dans l'espace numérique d'Internet mettent l'accent sur les notions de simulacre, de métaphore, de nouvel habitat ou encore sur les rapports entre fiction et réalité, entre fond et forme, entre voyeurisme et exhibitionnisme.

Paradoxalement, tout en reconnaissant le caractère narcissique, exhibitionniste et voyeuriste de cette forme d'expression, il est intéressant de noter que les internautes auteurs ou lecteurs de ces sites et pratiques y ajoutent une fonction sociale de communication. Il y aurait dans cette forme d'échange de l'intime, l'idée selon laquelle cette manière de parler de soi, est aussi une façon de parler de l'autre. Cet aspect est intéressant puisqu'il traduit à la fois un désir et un manque, une offre et une demande. Le regard posé sur soi et mis en texte devient, lorsqu'il est rendu public, le miroir du regard de l'autre. Avec un tel mode d'expression, l'intime, l'introspection et le privé rendu public deviennent des formes de communication. Or, une société dans laquelle les individus ont la possibilité d'occuper un espace qui leur garantit une prise de parole, une image d'eux-mêmes et l'exposition de données personnelles et privées est une société qui encourage la perte de l'intime par sa mise à nu.

Dans une société où l'échange social se dégrade en révélation directe des subjectivités ou en « déshabillage du moi », c'est-à-dire dans une société où l'expression sociale n'est plus médiatisée par un tiers impersonnel indépendant des sujets, ni soumise à la logique des

---

<sup>1</sup> Voir en particulier l'article de Patrice Deramaix « Porosités indiscretes. Les rapports privé/public sur l'internet », <http://www.multimania.com/patderam/publicprive.htm> et celui de Annabelle Klein « Les pages personnelles comme nouveaux lieux de soi, entre espace public et espace privé. Comment se sentir chez soi sur internet ? », <http://grm.uqam.ca/cmo2001/klein.htm>

obligations symboliques, toutes les limites du moi constituées par l'objectivité des cadres normatifs et des modèles cognitifs s'effacent (Quéré, 1982, p.59).

Par ailleurs, le dispositif technique Internet qui se présente comme une fenêtre est aussi une sorte de filtre de protection, ce qui, là encore, traduit le caractère paradoxal de telles pratiques. À la fois ouverture à l'autre et protection, les pratiques exhibitionnistes d'Internet participent d'une confusion des sphères privée et publique. Oscillant entre la gratification facile et rapide apportée par le fait d'être présent sur la Toile et le désir de protéger sa vie privée, l'internaute cède pourtant à l'attrait du mode de communication numérique car il considère que la virtualité de sa présence constitue en quelque sorte un filtre protecteur de sa véritable identité. C'est en ce sens qu'Internet fait illusion parce que cette perception traduit une confiance dans un dispositif technique susceptible à la fois de permettre une forme de reconnaissance existentielle et sociale et aussi de préserver l'intime de ceux qui l'utilisent à cette fin. Les nombreux témoignages recueillis auprès des auteurs de pages personnelles ou d'internautes se livrant à une exposition de pans de leur vie privée par le biais de journaux intimes, traduisent ce paradoxe et véhiculent une certaine adhésion tacite à l'idéologie technique.

D'un point de vue philosophique et spéculatif, on peut dire que le dispositif technique et communicationnel d'Internet (écran d'ordinateur, interface clavier-souris-caméra-microphone, télécommunications) « instrumentalise » non seulement les échanges, mais ce qui est nouveau, les sujets eux-mêmes. L'internaute devient (est) sujet instrumenté ou « instrumentalisé ». Il peut à sa guise présenter aux autres et au monde un ou plusieurs « soi » de nature diverse selon l'image de lui-même qu'il aura choisie de créer par le truchement de la convergence technologique. Internet favorise cet effacement des frontières entre le privé et le public et opère une sorte de « remodelage » de l'imaginaire, de la perception et de la représentation de soi et du monde comme si dans un monde reconstruit numériquement, l'exposition de soi au public était encouragée et valorisée. Tout comme les émissions de télévisions de type *reality show*, certains sites Web à caractère personnel où la personne humaine fait en quelque sorte la publicité de sa vie privée dans l'espace public, traduisent une profonde cassure sur le plan axiologique.

## 5. ENJEUX ET EXIGENCE ÉTHIQUES

Si l'information privée lorsqu'elle est communiquée sur Internet devient une information publique, et si, par l'usage, les frontières entre privé et public s'estompent jusqu'à éroder les frontières identitaire et existentielle de l'internaute, alors l'éthique se présente comme le lieu et la condition de possibilité de la réhabilitation de l'individu en tant que sujet, de sa sortie en tant que sujet instrumenté et donc de la re-possession du soi comme sujet individuel.

Cette disparition des frontières soulève des enjeux éthiques par le fait que les pratiques qui la sous-tendent traduisent des formes d'égotisme ou de culte du moi qui tendent à objectiver le sujet, tant pour celui qui s'écrit, se décrit ou se montre que pour celui qui voit ou observe. Si l'éthique est ce saut qualitatif qui fonde le comportement de l'être humain dans ses rapports à l'autre, elle se traduit alors en l'exigence de valeurs à reconnaître et appelle à la responsabilité de chacun à les respecter pour toute parole et tout acte impliquant l'autre considéré comme *alter ego*. L'exposition ou l'exhibition de soi sur Internet semble bien

éloignée d'une telle exigence éthique puisque qu'elle défie en quelque sorte le moi qui, au lieu de se donner pour l'autre, se donne à l'autre pour soi (égotisme) dans la perspective d'une reconnaissance existentielle qui, par ses pratiques, ne fait que renfermer toujours plus sur soi un moi désespérément seul.

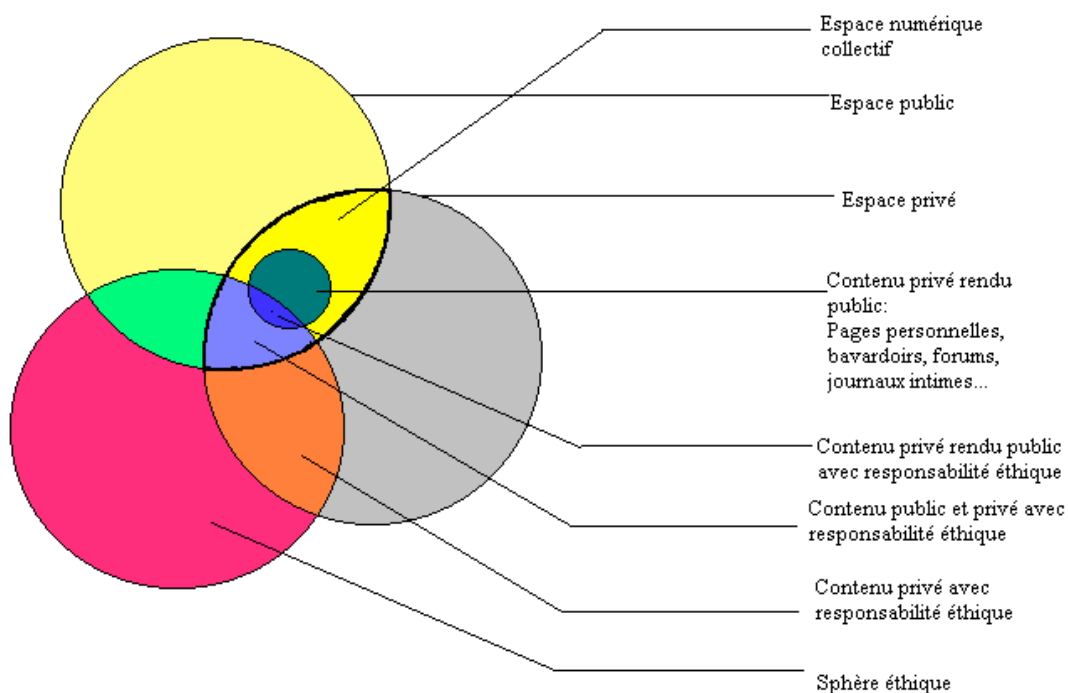
La recherche a permis d'établir une typologie des sites et des usages et de définir l'espace public et privé correspondant à l'utilisation de ces sites. À partir de cette typologie, nous avons montré en quoi la porosité des frontières spatiales sur Internet pose des problèmes éthiques liés à ce que nous avons appelé la « publicisation ou la mise en spectacle du moi », engendrant une décomposition identitaire dont les conséquences sont la transformation du tissu social de plus en plus sous-tendu par la marchandisation de l'être humain, ce qui là encore pose un problème éthique. Ces réflexions sont le résultat d'une approche tridimensionnelle : sociologique par l'approche méthodologique (échantillonnage, compilation et analyses de données), communicationnelle (références aux théories des médias et des usages) et philosophiques (analyse spéculative des enjeux existentiels des usages).

Notre réflexion aboutit au questionnement suivant : En quoi l'usage d'une technique, plus précisément d'une technologie de l'information et de la communication comme Internet, pose tout à nouveau la question de l'existence humaine ? En d'autres termes, comment Internet par son usage polarise la valorisation de l'existence humaine ? Nous assistons, avec Internet, à la production d'une forme de communication qui transcende les limites et contraintes spatiales et temporelles (contingences humaines) et à la mise en scène publique des identités individuelles correspondant à la fin de la vie privée et conséquemment à la remise en question de l'existence individuelle. Si exister signifie désormais être présent sur le réseau Internet, qu'en est-il de ceux qui n'y sont pas ou de ceux qui n'y sont plus. Dans cette perspective, Internet pose une question ontologique, celle de « l'être avant » et « l'être après » Internet. Est-ce trop forcer le trait que de dire qu'Internet renvoie l'individu au questionnement existentiel dans la mesure où l'usage communicationnel de cette technologie véhicule l'idée d'un dépassement ou d'un prolongement de soi tout en positionnant l'individu, à l'opposé, devant le risque de la dérive identitaire par le jeu de la publicisation, voire de la « spectacularisation » du soi. Se rendre « public » suppose la claire conscientisation de se rendre vulnérable à l'autre mais surtout à la masse que constituent les autres lesquels renvoient à soi-même, un soi désormais devenu « soi et les regards des autres sur soi ». Ce « soi » est nouveau dans la mesure où il est via Internet constitué d'autant de perceptions de soi par les autres (ou des autres sur soi).

Comme dans toute forme de communication, l'intersubjectivité sous-tend - consciemment ou non- une volonté de se prolonger en l'autre et par l'autre, c'est-à-dire de répéter le jeu du moi existant en action, c'est-à-dire encore, de vivre sur les plans esthétique et éthique. Plus profondément encore, l'agir communicationnel (Habermas, 1981) est mué et motivé par un désir incompressible de faire l'expérience de l'existence. Ainsi, communiquer, c'est exister. Or, communiquer suppose inscrire son rapport à l'autre selon des valeurs particulières, ce qui correspond à l'éthique. En ce sens, l'éthique est constitutive de la communication. Or, la communication via Internet est de nature particulière dans la mesure où les interlocuteurs n'offrent d'eux-mêmes que des signes écrits, graphiques ou iconiques. Cette *virtualisation de soi* lorsqu'elle joue dans les deux sens par le jeu de l'interaction numérique ouvre sur le plan formel un champ nouveau de représentations et de métaphorisations. Il y aurait dans les pratiques communicationnelles d'Internet une volonté de se prolonger.

## 6. CONCLUSION

Ainsi, les enjeux éthiques d'Internet considérés comme objet de recherche peuvent être appréhendés à partir d'une approche empirico-spéculative sous des dimensions socio-communicationnelle et philosophique qui loin de s'opposer se conjuguent et se complètent. Il est difficilement concevable de considérer les sciences humaines en générale, la sociologie et la communication en particulier de façon totalement indépendante de la philosophie. La sociologie tout comme la communication qui s'intéresse à l'être humain en société en tant que sujet de recherche ne peuvent faire l'économie d'une approche philosophique au risque, si c'est le cas, de perdre une composante essentielle de ce qui peut les autoriser à être définies comme sciences, à savoir l'esprit.



**Modèle communicationnel et éthique d'Internet**

## BIBLIOGRAPHIE

BRUNET, Patrick, J. (dir.), *Éthique et Internet*, Saint-Nicolas (Québec), les Presses de l'Université Laval, 2002.

BRUNET, Patrick, J. (dir.), *L'éthique dans la société de l'information*, Sainte-Foy (Québec), Les Presses de l'Université Laval/Paris, L'Harmattan, 2001.

DERAMAIX, Patrice, « Porosités indiscretes. Les rapports privé/public sur l'internet », <http://www.multimania.com/patderam/publicprive.htm>

DILTHEY, Wilhelm, *Introduction à l'étude des sciences humaines. Essai sur le fondement qu'on pourrait donner à l'étude de la société et de l'histoire*, traduit par Louis Sauzin, Paris, PUF, 1942.

ELLUL, Jacques, *le Bluff technologique*, Paris, Hachette, 1990.

HABERMAS, Jürgen, *Théorie de l'agir communicationnel*, Paris, Fayard, 1981.

HUSSERL, Edmund, *Méditations cartésiennes. Introduction à la phénoménologie*, traduit de l'allemand par Gabrielle Peiffer et Emmanuel Lévinas, Bibliothèque de la Société française de Philosophie, Paris, A. Colin, 1931.

KLEIN, Annabelle, « Les pages personnelles comme nouveaux lieux de soi, entre espace public et espace privé. Comment se sentir chez soi sur internet ? », <http://grm.uqam.ca/cmo2001/klein.htm>

MERLEAU-PONTY, *Phénoménologie de la perception*, Paris, Gallimard, c1945, 1976.

QUÉRÉ, Louis, *Des miroirs équivoques aux origines de la communication moderne*, Paris, Aubier Montagné, 1982.