

# Le panoptique participatif ou la transparence imposée

*La problématique de la transparence au sein du web 2.0 dépasse aujourd'hui de loin les aspects purement techniques — tels que les paramètres de confidentialités propres à ces plateformes — pour toucher à des interrogations d'ordre politique. Quel est l'impact de cet « impératif de transparence » sur les acteurs politiques et sur les modalités de participation des individus engagés dans les réseaux socionumériques ?*

NICOLAS BAYGERT

Alors qu'une large proportion du contenu d'internet est désormais produite directement par les internautes, la majorité de ce contenu est de l'ordre du dialogue, voire du commentaire perpétuel. Conséquence de cette dynamique conversationnelle, le web 2.0, à travers les réseaux socionumériques tels Facebook ou Twitter, contribue au décloisonnement des espaces citoyens. Il permet aux utilisateurs de diffuser une opinion individualisée en masse, nourrissant ainsi « en continu » la grande conversation autour des enjeux publics. Pour qualifier ces réseaux, certains privilégieront le terme « self-média », car avant d'être proprement « sociales », de permettre une collectivisation, voire une agrégation des interactions, ces plateformes figurent comme de véritables dispositifs d'extension narcissique. Si ces réseaux nous permettent de tisser des liens éphémères avec des « amis », dont la définition reste volontairement floue, c'est avant tout pour parler de soi et être suivi. « *Personal branding* » à visée professionnelle, égo-trip numérique ou exhibitionnisme virtuel constituent autant de variantes rationnelles ou pathologiques d'une mise en spectacle de soi *digitalement dopée* — phénomène qui coïncide harmonieusement avec une dissolution — orchestrée — de la vie privée dans son ensemble. Mark Zuckerberg, fondateur de Facebook, affirme que la valeur de cette norme sociale (la vie privée) évolue avec le temps pour *in fine* disparaître (Johnson, 2010).

Cette évolution implique un zoom sur l'intime; le sentiment subjectif devenant moteur d'expression. « Tout montrer, tout dire, tout voir » : voilà ce qui pose les jalons d'une idéologie de la transparence et d'une véritable « démocratisation de l'intimité » selon l'expression d'Anthony Giddens, à savoir l'imposition progressive de l'idée selon laquelle la vie personnelle représente un « projet ouvert », collaboratif. Une célébration de la transparence spécifique à l'esprit même du web 2.0 qui, pour divers observateurs, hériterait de l'éthique puritaine protestante, voire d'une certaine tradition philosophique américaine<sup>1</sup>.

Le caché constitue ici un réel péché, comme le laissent deviner les propos des pontes de Google: « S'il y a des choses dont nous ne voudrions pas qu'elles se sachent, peut-être n'aurait-il pas fallu les faire » (Dvorak, 2009). De la même manière, l'idée d'un monde politique qui resterait épargné par ce principe de transparence absolue agace les journalistes, certains allant jusqu'à réclamer un droit de regard intégral sur l'intimité des élus<sup>2</sup> — un journalisme de défiance censé « subvertir le pouvoir » comme le suggère le journaliste de *Libération*, Jean Quatremer<sup>3</sup>. Ce réflexe proprement puritain illustre l'actuelle substitution d'un journalisme d'investigation par un journalisme d'indignation et souligne la « posture moralisante » du quatrième pouvoir, prompt à définir le cadre éthique de l'action politique — en « toute objectivité ».

Mais le glissement vers un tout-visible égocentré est plus singulièrement le symptôme d'une époque où les individus désirent moins admirer des personnalités politiques hors normes — des surhommes — qu'éprouver une émotion perpétuelle quant à la proximité avec un vécu qui les concerne davantage. Aussi, les détails de la vie intime de personnalités connues ou anonymes alimentent de manière indifférenciée le flux conversationnel propre à *l'infotainment* contemporain: « Après le sensationnalisme des faits divers et les scoops de la vie politique, notre époque est magnétisée par l'exhibitionnisme de l'intimité de l'homme ordinaire », indique Gilles Lipovetsky.

## VERS UN DÉCLIN DU MENSonge ?

Cette intimisation du « talking point » affecte particulièrement un champ politique, où s'amenuisent les frontières entre sphère privée et sphère publique, jusqu'à s'effacer complètement. Certains acteurs politiques feront d'ailleurs du souci de transparence une priorité programmatique. En France, à l'aube des primaires socialistes pour l'élection présidentielle de 2012, Ségolène Royal

1 L'idée selon laquelle le culte d'internet, dans sa valorisation de l'expression transparente de soi, prendrait sa source dans l'utopie démocratique transcendantaliste d'un Thoreau ou d'un Emerson est une hypothèse défendue par Magali Bessone. M. Bessone, « Culte de l'internet et transparence: l'héritage de la philosophie américaine », *Esprit*, « État et internet: des voisinages instables », n° 7, juillet 2011, p. 146.

2 On songe à l'ouvrage *Sexus Politicus*, publié en 2006 par deux journalistes, Christophe Deloire et Christophe Dubois, dont la présentation indique: « Pour la première fois, d'anciens Premiers ministres, des ministres passés ou en fonction, des conseillers et des hauts fonctionnaires évoquent ce sujet délicat en toute franchise. Rien n'y manque: ballets roses, espionnage, vendettas, pièges... »

3 Quatremer se targue régulièrement de briser un tabou selon lequel la presse ne parle pas de la « vie privée » des politiques (Mouton, 2011).

en fit un véritable leitmotiv: « Marc Bloch, dans *L'étrange défaite*, dit joliment que "notre peuple mérite qu'on le mette dans la confiance". Je m'y tiens<sup>4</sup>. » On citera également le manifeste du Parti Pirate, qui obtint quinze sièges au Parlement régional de Berlin en septembre 2011 : « La technologie doit être utilisée dans le sens de la transparence et de l'immédiateté », lit-on dans le programme de ce mouvement politique présent dans une quarantaine de pays et luttant contre l'opacité du pouvoir (Baygert, 2011). Ces discours valorisant la transparence prônent une alternative à la politique des secrets. La pratique politique s'illustrerait-elle dès lors, comme le suggérait déjà Oscar Wilde, par un *Déclin du mensonge*? En effet, la politique paraissait jusqu'il y a peu le bastion retranché de la possibilité de mentir — des mensonges d'État<sup>5</sup>, esquives tactiques et omissions stratégiques qui s'accroissent plutôt mal avec l'impératif de transparence prévalant dans le web 2.0. D'autant plus qu'après sa transposition sur les plateaux de télévision, internet a fini par abattre les murs confinant l'action politique dans un contexte spécifique, pour aboutir à une politisation globale et permanente d'un espace virtuel dédifférencié.

## SOUS-VEILLANCE

Sommes-nous dès lors entrés de plain-pied dans une *monitory democracy* comme l'analysait John Keane: une extension de la démocratie représentative dans l'observation et le contrôle exercés par la société civile via les réseaux sociaux numériques? La vigilance 2.0 des citoyens comme façon de remédier aux dysfonctionnements institutionnels que Pierre Rosanvallon nomme *l'entropie représentative* (la dégradation de la relation entre élus et électeurs)? Celle-ci, permet en effet aux individus de court-circuiter les chaînes traditionnelles de contrôle. Selon un principe analogue au *Panopticon* de Bentham, décrit par Michel Foucault: la surveillance permanente est réalisée par les citoyens eux-mêmes. Un *panoptique participatif*<sup>6</sup> résulte d'une myriade de décisions rationnelles indépendantes, la version *bottom-up* d'une société sous écoute.

De la logique du *Big Brother*, telle qu'imaginée par George Orwell, nous sommes peu à peu passés au paradigme des *Little Brothers and Sisters*, rendu possible par les blogs, les réseaux sociaux numériques ou — à la suite de la démocratisation et de la miniaturisation de l'équipement *hardware* — les caméras détenues par des millions de consommateurs. Tout individu muni d'un Smartphone peut capturer les agissements des personnalités politiques à chaque instant et diffuser en temps réel ces images sur le réseau planétaire. À cela s'ajoutent comme autres témoins de l'hypersurveillance sociétale, les moyens électroniques de surveillance et d'identification d'ores et déjà installés dans les rues, les centres commerciaux ou les transports collectifs.

4 « Ségolène Royal, ce qu'elle n'a jamais dit », *Le Point*, 23 octobre 2011, <[www.lepoint.fr/politique/election-presidentielle-2012/primaire-PS/segolene-royal-ce-qu-elle-n-a-jamais-dit-03-10-2011-1379861\\_325.php](http://www.lepoint.fr/politique/election-presidentielle-2012/primaire-PS/segolene-royal-ce-qu-elle-n-a-jamais-dit-03-10-2011-1379861_325.php)>.

5 Le philosophe Peter Sloterdijk évoque la « théorie du noble mensonge », constitutif de l'État qui autorise les dirigeants à mobiliser les membres d'une communauté publique derrière une douce et avantageuse tromperie partagée par tous.

6 Un principe énoncé par l'écrivain et futurologue américain Jamais Cascio lors d'un discours donné au MeshForum en 2005, <[www.worldchanging.com/archives/002651.html](http://www.worldchanging.com/archives/002651.html)>.

Ainsi, internet fonctionne tel un espace de veille holistique où des centaines de photos et de vidéos circulent à chaque instant et alimentent les conversations. Dès lors, il n'existe plus d'espace de « relâche » pour le mandataire épié. Toutes ses actions et dires seront enregistrés, discutés et jugés en continu. Ce regard critique collectivement exercé par les individus peut se comprendre par le concept de « sous-veillance », un néologisme qui souligne la dimension *bottom-up* de la vigilance observée (à l'inverse de la « sur-veillance », le regard *top down*). Cette transparence imposée par le bas exige donc de la part des acteurs politiques un soin tout particulier quant à leur « réputation digitale », au risque de s'exposer à la vindicte numérique.

Certains élus opteront ainsi pour une omniprésence — voire une omnitransparence — sur les réseaux, aussi bien que la notification en temps réel des éléments ponctuant l'infraquotidien des mandataires fait désormais partie intégrante de la TL7 des utilisateurs de service de microblogage. Ce déballage en temps réel est même devenu un signe d'assiduité politique, une preuve de la proactivité du mandataire, soucieux de sa réputation sur le web. Un mandataire prompt à se soumettre aux nouvelles règles du débat public et à souscrire à l'injonction de Beaumarchais à propos des jeux d'entracte : « Soutenir, sans la fatiguer, l'attention des spectateurs » en leur donnant à voir les rouages de l'action — ce qui se passe derrière le rideau.

### « PERSONAL BRANDING »

Or, cette disposition volontaire à la transparence tient fondamentalement d'une stratégie de visibilité et pose dès lors la question de la sincérité. Car ce qui apparaît montré en toute transparence est en général intégralement cadré, toute divulgation bénéficiant au préalable d'un cadrage conséquent. La transparence du politique comprise ici comme (re)mise en forme d'un contenu pré-dévoilé. Dans cette transparence volontiers synonyme de perméabilité démocratique, les occasions prétextes à d'éventuelles photos volées sont savamment mises en scène : la titraille de dossiers laissés ostensiblement à découvert pour titiller les objectifs est choisie pour leur impact médiatique immédiat<sup>8</sup>. C'est également l'idée du « spin<sup>9</sup> », qui vise à « cosmétiser » les performances des mandataires et à offrir une clé de lecture. Ce procédé souligne l'importance de l'angle de vue dans le « tout visible » proposé. « Spinning de story » ou comment tourner à son avantage et diffuser son image publique (Salmon, 2007). Des « spins doctors » des années quatre-vingt au « story spinners », néolo-

7 La TL, « timeline », désigne la liste chronologique des notifications affichées sur la page personnelle des utilisateurs de réseaux sociaux numériques.

8 Un épisode de la crise politique belge procède à une véritable mise en abyme de ce procédé : en février 2011, Bart De Wever exhibait un document sur lequel figurait la mention : « *curieuzeuze mosterdpot* » (« pot de moutarde pour le nez du curieux »). Le leader de la N-VA disposait également d'un iPad qui reprenait le cliché de la note politique d'Elio Di Rupo, que ce dernier avait annotée d'une mention « attitude inacceptable », à proximité du mot CD&V.

9 Le « spin » fait allusion à l'inflexion donnée par les professionnels de la communication aux faits afin de les présenter sous un angle favorable. Le « spin » désigne l'« effet », comme celui que l'on donne à une balle de tennis ou sur un tir « brossé » au football.

## Bibliographie

Baygert N., « La politique allemande se fait pirater », Slate.fr, 20 septembre 2011, <<http://www.slate.fr/story/43913/pirate-parti-tea-parti-allemande>>.

Bessone M., « Culte de l'internet et transparence : l'héritage de la philosophie américaine », *Esprit*, « État et internet : des voisinages instables », n° 7, juillet 2011.

Cornog E., *The Power and the Story. How the Crafted Presidential Narrative has Determined Political Success from George Washington to George W. Bush*, The Penguin Press, 2004.

Deloire Chr. et Dubois Chr., *Sexus Politicus*, Albin Michel, 2006.

Dvorak J. C., « Eric Schmidt, Google and privacy », *MarketWatch*, 11 décembre 2009, <[www.marketwatch.com/story/eric-schmidt-google-and-privacy-2009-12-11](http://www.marketwatch.com/story/eric-schmidt-google-and-privacy-2009-12-11)>.

Foucault M., *Surveiller et punir*, Gallimard, 1975.

Giddens A., *La transformation de l'intimité. Sexualité, amour et érotisme dans les sociétés modernes*, La Rouergue/Chambon, 2004.

gisme forgé par Evan Cornog, censés confectionner l'« histoire personnelle » des candidats, les réseaux socionumériques permettent désormais un « self-spinning ». Le mandataire façonne lui-même, de manière presque artisanale, son image de marque dans un effort de « personal branding » constant, misant sur la collaboration des internautes prêts à commenter ses *inputs*. La fabrique de la réputation digitale sur internet s'apparente par conséquent à une forme de marketing conversationnel ; la perception qualitative de l'élu reposant sur les échanges entre ce dernier et ses interlocuteurs numériques.

## TRANSPARENCE ET PARTICIPATION

À la transparence imposée, le politique soucieux de sa réputation digitale consent à un exhibitionnisme contrôlé, doublé d'une participation *in situ*. La question qui se pose dorénavant est de savoir si cette attitude proactive suffira à contenir les assauts d'un web 2.0 au sein duquel, sous-veillance et dénonciation s'élèvent désormais au rang d'activités démocratiques fondamentales<sup>10</sup>.

L'émergence du Parti Pirate dans plusieurs pays européens, ainsi que la nébuleuse « *grassroots* » réactionnaire du Tea Party aux États-Unis, laissent à penser que le souci de transparence dépasse de loin la publication de happenings anodins de la vie privée des élus — ou la description de leurs mœurs. L'objectif visé est bien davantage la transparence des processus décisionnels : la « cuisine interne » de nos démocraties. Car cette demande de transparence va souvent de pair avec le souhait d'une démocratie plus participative, voire d'une démocratie directe.

L'impératif de transparence, préambule à l'ochlocratie — le gouvernement par la multitude ? Certes, la transparence débouche sur une privatisation, voire une intimité du débat public. Pourtant, ce phénomène serait moins révélateur d'une entreprise voyeuriste généralisée que d'une volonté de redescendre le politique de son piédestal, de l'abaisser au niveau des individus qui, comme usagers des

<sup>10</sup> Mary Graham parle à ce sujet de démocratie par dévoilement (*Democracy by Disclosure*).

réseaux socionumériques, se situent plus que jamais sur un pied d'égalité avec les élus dans l'animation du débat public numérisé. « Nous sommes les 99 % », scandent les indignés. La politique de l'intime comme mise à nu des acteurs d'une démocratie représentative qui ne représenterait plus personne. ■

Graham M., *Democracy by Disclosure: The Rise of Technopopulism*, Brookings Institute, 2002.

Johnson B., « Privacy no longer a social norm, says Facebook founder », *The Guardian*, 11 janvier 2010, <[www.guardian.co.uk/technology/2010/jan/11/facebook-privacy](http://www.guardian.co.uk/technology/2010/jan/11/facebook-privacy)>.

Keane J., *The Life and Death of Democracy*, Simon and Schuster, 2009.

Lipovetsky G., *Le bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hyperconsommation*, Gallimard, 2006.

Mouton O., « Jean Quatremer appelle la presse à subvertir le pouvoir », *Le Soir*, 16 juillet 2011, <[www.lesoir.be/culture/medias/2011-07-16/jean-quatremer-appelle-la-presse-a-subvertir-le-pouvoir-851421.php](http://www.lesoir.be/culture/medias/2011-07-16/jean-quatremer-appelle-la-presse-a-subvertir-le-pouvoir-851421.php)>.

Rosanvallon P., *La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*, Seuil, 2006.

Salmon Chr., *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, La Découverte, 2007.

Sloterdijk P., *Dans le même bateau. Essai sur l'hyperpolitique*, Rivages, 1997.