



**HAL**  
open science

## Penser les pratiques d'indexation sociale sur internet

Mbemba Ndiaye, Christiane Peyron-Bonjan

► **To cite this version:**

Mbemba Ndiaye, Christiane Peyron-Bonjan. Penser les pratiques d'indexation sociale sur internet. Implications philosophiques, 2021. hal-03381491v2

**HAL Id: hal-03381491**

**<https://hal.science/hal-03381491v2>**

Submitted on 23 Oct 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Penser les pratiques d'indexation sociale sur internet

---

 [implications-philosophiques.org/penser-les-pratiques-dindexation-sociale-sur-internet/](https://implications-philosophiques.org/penser-les-pratiques-dindexation-sociale-sur-internet/)

Par Mbemba Ndiaye, membre associé au laboratoire GERIICO, UR 4073, et  
Christiane Peyron-Bonjan, professeure émérite de l'Université d'Aix-Marseille.

## Résumé

Du fait du développement des technologies numériques, peut-être plus qu'avant, « la sphère communicationnelle pose avec acuité la question éthique »[1]. Dans cet article, nous développerons une réflexion philosophique autour d'une pratique numérique du web 2.0 : le tagging collaboratif. Y a-t-il une place pour l'éthique dans ce mode d'usage d'Internet ? Quels sont les enjeux ?

**Mots clés :** internet – technologie – éthique – numérique – communication – tagging – interaction

## Abstract

Due to the development of digital technologies, perhaps more than before, « the communication sphere poses acutely the ethical question »[2]. In this article, we will develop a philosophical reflection around a digital practice of Web 2.0: collaborative tagging. Is there a place for ethics in this mode of Internet use? What are the stakes ?

**Keywords:** Internet, technology, ethics, digital, communication, tagging, interaction

## Introduction

---

Au regard des pratiques numériques qui se développent dans les sociétés modernes, tout concorde pour dire qu'internet est un outil de communication sans précédent qui démultiplie les possibilités d'interaction entre les individus. Depuis l'avènement du Web 2.0 et le développement des technologies nomades, les modes d'accès et de partage des informations ont évolué. Désormais, les internautes qui ont les mêmes centres d'intérêt peuvent s'adonner à des pratiques jadis impossibles comme le *tagging*. En effet, « l'octroi de tags à une ressource lui offre (...) de multiples chemins d'accès exploitables »[3]. Cependant, les échanges *via* ces mots-clés soulèvent, comme l'indique Tuomarla[4] dans un article consacré aux publics de la presse en ligne, quelques questions éthiques : sur le plan social, mais aussi dans le milieu professionnel. Ainsi, « le besoin d'une réflexion éthique semble s'imposer avec une force croissante dans le domaine du numérique »[5].

Nous admettons avec Rosati que « la seule manière pour comprendre les enjeux éthiques liés au développement technologique [et aux usages de ces moyens de communication] », c'est de renouveler les travaux sur ce sujet[6]. De ce fait, dans les lignes qui suivent, nous proposons d'axer notre raisonnement sur deux aspects qui nous paraissent essentiels : la démarche de l'indexeur, car ce qui est apprécié éthiquement, c'est le résultat de son action, et la posture des entreprises responsables des

plateformes. Croiser les regards sur ces deux aspects peut permettre d'ouvrir des pistes de réflexions théoriques. Cependant, avant d'aborder la notion d'éthique dans l'indexation sociale, il convient d'abord d'explicitier cette pratique.

## I. Le tagging et ses multiples formes

---

Dans la littérature, plusieurs expressions sont employées pour désigner cet usage d'internet. Certains chercheurs préfèrent le terme « *tagging* collaboratif »[7], d'autres utilisent plutôt la notion « d'indexation sociale ou communautaire »[8]. En France, la Commission générale de terminologie et de néologie recommande l'expression « indexation personnelle »[9]. Cependant, l'usage du mot folksonomie théorisé par Vander Wal est plus fréquent[10]. C'est un néologisme qui dérive de la contraction de deux termes anglais :

*folk* et *taxinomy*. Le premier désigne les usagers. Il fait également référence à la structure des relations entre ces internautes sur les plateformes de partage de contenus que Jacques Parriault désigne comme des « réseaux de communication horizontale »[11] où il n'y a pas de barrière hiérarchique même si diverses « applications » ont tendance à privilégier une gestion verticale de leurs communautés. Quant au second (taxinomie en français), il renvoie, dès sa création en 1813 par le botaniste suisse Augustin Pyrame de Candolle[12], aux règles de classification, même si ce chercheur s'intéressait plutôt aux végétaux.



Contrairement aux systèmes de classification classiques dont le but est d'obtenir une disposition cohérente de documents physiques, les folksonomies « ne reposent sur aucun thésaurus, ce qui confère à l'utilisateur une liberté totale quant au choix des mots-clés appelés aussi tags »[13]. Ce sont généralement des concepts familiers ou créés selon le contexte. Ainsi, c'est presque un système de reproduction des métadonnées qui se fait de plus en plus de façon collective. Précisément, cela se traduit par le fait qu'un utilisateur attribue des descripteurs à des contenus en ligne afin de les exploiter, par exemple, dans le cadre de ses recherches d'informations, en les partageant avec d'autres usagers. Ces derniers peuvent délibérément utiliser les mêmes tags, en générer d'autres ou faire des commentaires. Comme le souligne Broudoux, cette pratique évolue car,

La signification du terme *tagging* (...) correspondait à ses débuts à l'action d'introduire des balises ouvrantes et fermantes permettant la caractérisation et l'interprétation du contenu balisé. Il s'agissait d'une opération de marquage ou d'une technique d'introduction de métadonnées. (...) Le *tagging* tel qu'il est entendu aujourd'hui consiste à étiqueter des contenus en affectant des catégories (sous la forme de termes ou mots-clés) à des contenus[14].

Ce système d'indexation comporte des avantages comme le soulignent Crépel[15], Casenave & El Hadi[16], par exemple le stockage, le partage voire la circulation des savoirs. Le *tagging* soulage aussi l'utilisateur d'une charge cognitive pendant l'opération de catégorisation[17]. Mais, cette pratique comporte également un versant sombre. Il s'agit de ses effets négatifs tels que la diffusion rapide de fausses informations. Un paradoxe qu'Adam Mathes[18] explicite de cette manière : « une folksonomie représente en même temps ce qu'il y a de meilleur et de pire dans l'organisation de l'information » [cité par Le Deuff[19]].

En effet, à travers le *tagging*, chaque internaute est à la fois un relayeur potentiel d'une information importante pour d'autres usagers, mais aussi une menace, car il peut partager des contenus choquants, en contradiction avec leurs valeurs. Ces considérations nous amènent à nous poser la question suivante : quelle place pour l'éthique dans le *tagging* collaboratif ? Autrement dit, faut-il repenser cette notion, en tenant compte des nouvelles problématiques que soulève cette forme d'indexation de contenus sur internet ? Comment faire pour qu'il y ait plus d'éthique dans cette pratique ? Se poser ces questions ne suppose pas apporter des solutions ou des réponses définitives. C'est plutôt prendre en compte les inquiétudes et les interrogations implicites des usagers dans les analyses qui peuvent être menées dans ce sens. Avant de proposer une ébauche de réflexion sur cette problématique, il nous semble d'abord important de revenir sur la notion d'éthique. Qu'englobe-t-elle à l'heure d'internet ?

## II. Penser l'éthique

---

Tributaire du lien entre les individus, l'éthique intéresse de nombreux universitaires, particulièrement dans la pratique de la recherche scientifique. Depuis le développement du Web 2.0, les réflexions sur ce thème sont aussi orientées vers les pratiques numériques avec des approches différentes. Brunet distingue deux expressions souvent employées par les chercheurs en sciences humaines et sociales : la « néthique » qui fait référence aux règles de conduite à caractère moral et la « nétiquette ou cyberéthique » qui correspond à celles de politesse, de bienséance et de savoir-vivre[20]. Mais, pour ce chercheur, il serait réducteur de limiter l'éthique aux principes moraux[21]. Ainsi, en postulant qu'elle s'enracine profondément dans le terreau existentiel et se déploie dans l'organisation sociale, Brunet propose la définition suivante : l'éthique désigne « l'ensemble des valeurs fondamentales à partir desquelles les êtres humains se positionnent et interagissent les uns par rapport aux autres dans le souci du respect mutuel, de la garantie de la dignité humaine et du bien commun »[22].

Ainsi, parler d'éthique, c'est implicitement faire référence aux notions de responsabilité, de morale, de respect, dans la mesure où cela conduit à mettre en exergue les raisons pour lesquelles il conviendrait à un internaute, par exemple, d'agir d'une manière plutôt que d'une autre, vis-à-vis de ses pairs. En effet, comme le souligne Flichy, « l'usage d'une technique n'est pas une activité solitaire (...) elle s'inscrit toujours dans un collectif large qui est imaginé par les usagers. (...) Ce collectif n'est pas seulement une représentation, il est aussi parfois réel »[23]. Dans *Ethique et infini*, Lévinas mettait déjà en relief cet aspect, en indiquant que « le lien avec autrui ne se noue que comme

responsabilité, que celle-ci, d'ailleurs, soit acceptée ou refusée, que l'on sache ou non comment l'assumer, que l'on puisse ou non faire quelque chose de concret pour autrui » [24].

En effet, ce qui génère des débats sur l'éthique, c'est bien évidemment la façon dont les individus agissent dans un contexte donné. Ainsi, même s'il arrive à un usager de penser qu'il agit pour lui-même, cela n'est qu'une impression qui le conforte dans sa position d'être singulier et autonome ou le rassure. En général, quand un individu agit, c'est bien plus pour transmettre un message à son entourage immédiat et/ou lointain, surtout depuis l'avènement d'internet. Par ailleurs, comme le souligne Faes :

L'éthique concerne les actions. Il est devenu courant de dire qu'une action est éthique ou non. Cela vise une manière d'être de l'action, non l'action elle-même. (...) Quand nous disons qu'une action est éthique, nous ne disons pas seulement qu'elle appartient à telle manière culturelle de faire. Nous apprécions la valeur de cette façon d'agir ou nous voulons dire qu'elle a été ou peut être jugée quant à sa valeur éthique[25].

Ainsi, il va de soi que c'est le jugement implicite ou explicite de la société qui détermine la valeur éthique d'une action. Cela se traduit souvent par des réactions. Ce mot retrouve ici son sens propre, car il s'agit d'agir par rapport à une action, de donner son point de vue en la condamnant ou en la validant dès lors qu'elle n'est pas contre ce qui est considéré par cette société comme éthique. Dans ce processus, c'est à fois l'intention et la finalité de l'action qui sont jugées. Rappelons qu'en philosophie, le jugement désigne une opération de connaissance[26]. Dans ce domaine, on distingue les jugements de faits qui impliquent des observations neutres et objectives et les jugements de valeur qui reposent sur des évaluations et des appréciations subjectives.

### **III. De l'éthique dans le tagging collaboratif**

---

Certes, internet est un « territoire » virtuel qui s'affranchit des contraintes du monde physique, particulièrement des frontières, mais il est solidement ancré dans ce dernier, car les interactions qui ont lieu dans cet espace dérivent des pratiques quotidiennes des individus. Or, bien avant l'avènement des technologies numériques, ce qui contribue à pérenniser les échanges, c'est le respect mutuel des valeurs morales, politiques, sociales, etc. En général, lorsque ces dernières sont bafouées cela engendre une distanciation. De ce fait, réfléchir sur la problématique de l'éthique dans le *tagging* collaboratif, c'est en quelque sorte, appréhender ce qui doit régir les interactions.

À y regarder de près, le débat semble opposer deux camps. D'un côté, les technophiles selon lesquels les usages des TIC comportent certes des effets négatifs, mais il convient de mettre davantage l'accent sur les multiples possibilités qu'elles nous offrent dans différents domaines d'activité. De l'autre, les technophobes de principe qui pensent que « bien des comportements liés à l'usage d'internet sont contraires à l'éthique »[27]. Une de ces positions est souvent dominante dans chaque société.

Cependant, si cette opposition est facilement perceptible dans les discours et dans les travaux de recherche, la problématique est plus complexe à traiter. Sans adopter une posture totalement déterministe, on peut admettre comme Breton[28] que s'il n'y a pas d'éthique dans ces interactions, le *tagging* constituera une menace pour le lien social. Dès lors, quelle stratégie préférer dans chaque pays pour un usage raisonné des TIC ? D'ailleurs, « l'idée de l'éthique d'une régulation de l'internet ou d'une régulation éthique du cyberspace »[29] a été très tôt développée par les acteurs politiques qui font face au dilemme suivant : réglementer l'usage des technologies de l'information et de la communication ou croire à une forme d'autorégulation implicite par les usagers qui limiterait les dérives. Certains régimes politiques autoritaires utilisent des techniques d'intelligence artificielle pour filtrer les conversations des internautes et bloquer la publication de messages contenant les mots-clés incriminés[30]. Mais, ces initiatives se révèlent généralement peu efficaces. Faut-il tenir pour responsables des pratiques non-éthiques les entreprises de réseaux sociaux qui permettent le partage de contenus ou les usagers ?

Plutôt que de prendre automatiquement des décisions similaires, il nous semble intéressant de poser le débat autrement, en partant de la notion d'interaction puis de continuer la réflexion sur la question des fonctionnalités. Pierre Livet propose une définition éclairante de ce concept : d'une part, elle explicite le principe de l'indexation sociale et d'autre part, elle permet de cerner les enjeux importants autour de cette pratique sur le plan social, mais aussi sur le plan professionnel. Selon Livet, l'interaction peut être appréhendée comme :

Une relation entre au moins deux actions, l'une par laquelle un premier élément agit sur un second élément, l'autre par laquelle le second réagit et agit sur le premier, qui réagit en retour. Chaque élément agit sur l'autre et réagit non seulement à l'action, mais aussi à la réaction de l'autre, et ces actions et réactions peuvent être, à la limite, simultanées ou au contraire alternées[31].

Ainsi, l'éthique dans le *tagging* collaboratif peut être appréhendée comme une éthique du cadre de l'interaction qui est en même temps celui de l'expérience, dans la mesure où ce sont des actions réciproques d'individus qui le régissent. Dans *Les cadres de l'expérience*[32], Erving Goffman évoque la possibilité de transformer les actions négatives en actions positives : tout cela n'est réalisable qu'en mettant de l'ordre dans les interactions. C'est-à-dire, d'assainir le cadre.

En effet, la technologie confère des pouvoirs inouïs à l'être humain pour agir en bien, mais aussi en mal. De ce fait, il est important que les personnes engagées dans l'échange soient responsables et conscientes de leurs actes. La réussite du « projet » de transformation de l'agir humain que le philosophe allemand Hans Jonas explicite dans *Le Principe Responsabilité. Une éthique pour la civilisation technologique*[33] en dépend. Ainsi, comme le préconise Jonas dans les extraits ci-dessous, il semble nécessaire d'ériger la responsabilité en un principe de précaution :

« Agis de façon que les effets de ton action soient compatibles avec la permanence d'une vie authentiquement humaine sur terre »[34].

« Jamais l'existence ou l'essence de l'homme dans son intégralité ne doivent être mis en jeu dans les paris de l'agir »[35].

Ce que le philosophe allemand évoque dans ces passages est lourd de sens. D'abord, c'est une invitation à une réflexion philosophique sur l'agir. Dans une certaine mesure, « Jonas affirme (...) la nécessité d'une expérience métaphysique du vivant, et donc de l'homme »[36]. Ensuite, il évoque le devoir pour chaque individu, de faire en sorte que son action ne soit pas nuisible, mais qu'elle rende possible la vie sociale, voire humaine sur terre, en s'interrogeant avant d'agir ; par exemple, en se posant des questions avant de tagger un contenu sur internet. C'est là le point focal. En effet, cela suppose qu'il faut « attendre de l'imagination et de la sensibilité, pilotées par le sens éthique de la responsabilité pour le sort de l'humanité, qu'elles assument le rôle tenu par le sacré dans les sociétés »[37]. Cela semble fondamental pour une vie sociale paisible à l'ère des technologies de l'information et de la communication.

Certes, assainir le cadre des interactions suppose, avant tout, d'admettre que chaque usager a des valeurs et qu'il se préoccupe de leur respect lors des pratiques numériques. Mais, en tenant les individus (les usagers) pour responsables de leurs actions, il est aussi important de porter un regard philosophique sur les plateformes qui les permettent, notamment de s'intéresser aux postures des responsables de ces réseaux sociaux numériques. À ce niveau, ces derniers peuvent jouer un rôle essentiel, en prenant en compte la dimension éthique dans leurs politiques de développement des fonctionnalités. Or, la démarche préconisée par les propriétaires de nombreuses plateformes de réseautage, c'est la censure. Ainsi, ils ont instauré un principe général de « contrôle interne »,

[qui] prend la forme de l'établissement de listes de sujets interdits, censurant la communication des internautes. Les techniques d'IA[38] sont utilisées par les réseaux sociaux pour vérifier chaque nouvelle publication. Ils évaluent l'adéquation des hashtags choisis aux règles du réseau social et suppriment, si nécessaire, les publications qui y contreviennent[39].

À travers ces censures, l'objectif est de contrôler la diffusion des contenus. Ceci peut dissuader les mauvais usagers qui auront l'intention de tagger leurs amis sans que ces derniers ne soient prévenus, sous prétexte que les publications peuvent les intéresser. Ci-dessous, nous mettrons en relief les initiatives de quelques réseaux sociaux populaires.

Pour le cas d'Instagram[40], les responsables de la plateforme ont d'abord préféré flouter les contenus sensibles en ajoutant un message d'avertissement : « attention, contenu sensible » avant de procéder au blocage de certains tags. Par exemple, en raison du nombre important d'utilisateurs qui publieraient des photos de nudité pour manifester leur soutien au mouvement *curvy*, Instagram a décidé de bloquer l'hashtag « #curvy ». Selon Amadine Seguin[41], « ce mot-clé était utilisé pour partager les clichés de silhouettes de

femmes qui ont des formes et qui les assument »[42]. Cette décision avait un effet immédiat puisqu'il n'était plus possible aux internautes d'interagir *via* ce tag. Cependant, cette mesure comporte des limites, en ce sens que les usagers ont pu créer un autre mot-clé, notamment l'hashtag « #curvee », pour continuer à poster des images.

Pour réguler les pratiques de façon éthique, Facebook a également fait recourt au principe de contrôle interne en censurant, entre autres, « les signalements liés à du harcèlement ou à des menaces physiques ». Monika Bickert, responsable mondiale de la modération de ce réseau social, précise que même si cela s'avérait complexe, il était nécessaire de prendre cette mesure :

Facebook a des règles qui doivent s'appliquer à 1,3 milliard de personnes dans le monde entier, habitant dans des pays différents et avec des cultures d'expression variées. C'est très compliqué. Nous voulons que Facebook soit un lieu où les gens partagent d'une manière positive et responsable. Nous respectons les lois de chaque pays. Et nous pouvons rendre inaccessible un contenu pour une région particulière, en fonction de différents signaux : l'adresse IP, la langue utilisée par les profils. Il peut arriver que nos équipes retirent ou laissent un contenu par erreur. Dans ce genre de cas, nous permettons aux utilisateurs de faire appel de la décision et si nos équipes se sont trompées, elles rétablissent la situation dans les plus brefs délais » [cité par Szadkowski[43]].

Twitter, également, semble faire de la modération des contenus un véritable enjeu en optant pour une nouvelle règle qui consiste à appliquer un label à chaque tweet pour le contextualiser. De ce fait, les Tweetos recevront un message d'avertissement avant de retweeter ou d'aimer un post. L'objectif principal affiché est de lutter contre la diffusion de fausses informations qui peuvent probablement offusquer. Ainsi, sur le compte officiel, le modérateur de Twitter France souligne qu'« il est parfois difficile de dire si les vidéos ou les photos dans votre timeline sont réelles. Dans de rares cas, les gens partagent des médias manipulés pour nuire. Aujourd'hui, nous présentons une nouvelle règle et un nouveau label pour donner aux gens plus de contexte »[44]. C'est ainsi que le réseau social avait réalisé une enquête par tweet (#TwitterPolicyFeedback) auprès des utilisateurs du monde dont les résultats sont mitigés (entre ceux qui sont pour et ceux qui sont contre). Néanmoins, ce média social de microblogage s'est engagé à appliquer cette censure à partir du 05 mars 2020.

L'ensemble de ces mesures permet de limiter quelques dérives, mais les responsables des plateformes font également face à des groupes de revendication. Il s'agit d'internautes qui considèrent que les restrictions sont souvent disproportionnées ou abusives, notamment quand il leur semble légitime de diffuser les contenus bloqués. Ainsi, ils créent des pages dans chaque réseau social mis en cause pour montrer leur indignation. L'objectif est d'inciter les responsables des réseaux à ne plus censurer les tags. Il suffit de saisir le mot-clé « censure » dans un moteur de recherche et d'ajouter le nom d'un de ces réseaux (Facebook, Instagram, Twitter) pour voir les pages créées dans ce sens. Mais, cette posture des usagers paraît un peu paradoxale, car dans la plupart des cas, ce sont eux-mêmes, leurs pairs ou d'autres internautes qui signalent certaines informations inappropriées ou tout simplement indésirables. Ainsi, de toute évidence, cela

met les responsables des plateformes dans une position qu'on pourrait qualifier d'inconfortable. D'une part, ils reçoivent les injonctions des dirigeants, surtout des régimes autoritaires, mais pas seulement, qui leur demandent de lutter contre les mauvaises pratiques numériques[45], d'autre part, ils s'exposent aux critiques des internautes. Comment séduire ces derniers en favorisant le *tagging* et contrôler les usages pour limiter les mauvais comportements ? Les décisions contextuelles suffiront-elles si le simple fait de changer le genre dans le profil de l'utilisateur lui permet d'accéder ou de diffuser certains contenus ? Il y a donc un véritable enjeu de modération ou de médiation qui n'est pas seulement technique.

## Conclusion

---

Les interrogations des individus sur la nécessité de définir un cadre éthique de l'usage des technologies numériques sont si nombreuses dans les sociétés contemporaines au point qu'il semble plus opportun comme le propose Horea Mihai Bădău, de mettre en place une charte éthique « validée et acceptée par les utilisateurs eux-mêmes, et non par les autorités publiques et les entreprises commerciales »[46]. Mais, à travers les exemples que nous avons fournis, on voit que le sujet est plus complexe. D'une part, l'autorégulation éthique du *tagging* par les usagers nécessite une prise de conscience générale pour assainir le cadre des interactions. D'autre part, la censure privilégiée par certains responsables de plateformes de réseautage (Facebook, Twitter, Instagram, entre autres) n'est vraisemblablement pas la « solution », de même que les décisions radicales de blocage systématique de contenus jugés inappropriés par les Etats autoritaires. D'ailleurs, depuis l'avènement d'internet, particulièrement du Web 2.0, c'est une problématique qui préoccupe les gouvernants de différents pays. En France, même si l'accès aux TIC était encore un privilège dans beaucoup d'endroits, dès 1997, une charte des règles et usages de l'internet existait déjà[47]. Parmi les aspects mis en relief dans celle-ci, il y a le respect de la liberté d'expression et le respect de la dignité humaine. Au regard des pratiques en cours, on peut naïvement se demander ce qu'il en est aujourd'hui. La réponse au problème est-elle simplement juridique ? Suffit-il d'établir des normes ? Sur quoi et sur qui mettre l'accent ? Se poser ces questions veut dire que la réflexion sur ce thème mérite d'être renouvelée, car si « internet est tardivement devenu un sujet philosophique à part entière »[48], les pratiques qui ont lieu dans cet univers posent de vraies questions philosophiques.

## Bibliographie

---

Adam Mathes, « Folksonomies-cooperative classification and communication through shared metadata », 2004. [En ligne] : <https://adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html>, consulté le 25 janvier 2020.

Amandine Seguin, « #Curvy : comment les internautes détournent la censure d'Instagram », Elle, 23 juill 2015. [En ligne] : <https://www.elle.fr/Societe/News/Curvy-comment-les-internautes-detournent-la-censure-d-Instagram-2971762>, le 29 mars 2020

Andrea Catellani, Eric Cobut et Christine Donjean, *Vers davantage d'éthique en communication : Notions et outils pour mettre en oeuvre une communication responsable*, Liège, Edipro, Edipro, 2017.

Augustin Pyrame de Candolle, *Théorie élémentaire de la botanique : ou, exposition des principes de la classification naturelle et de l'art de décrire et d'étudier les végétaux*, Paris, Roret, 1844.

Bernard Baertschi, *Enquête philosophique sur la dignité : anthropologie et éthique des biotechnologies*, Genève, Editions Labor et Fides, 2005.

Emmanuel Levinas, *Ethique et infini*, Paris, Le Livre de Poche, 1982.

Éric Guichard, « La philosophie des techniques revue à l'aune de l'internet et du numérique », 2017. (p.1). [En ligne] : <http://barthes.enssib.fr/articles/Guichard-pensee-critique-culture-numerique-philo-technique.pdf>, le 19 décembre 2019.

Erving Goffman, *Les cadres de l'expérience*, traduction de Isaac Joseph, Paris, Les éditions de minuit, 1974.

Évelyne Broudoux, « Quelles lectures du tagging ? Modélisation, techniques et usages », *Document numérique*, 2013/1, Vol. 16, p. 55-71.

Fabrice Pirolli, « Pratiques d'indexation sociale et démarches de veille informationnelle », *Études de communication*, 2011/1, n° 36, p. 53-66.

Hans Jonas, *Le Principe responsabilité : une éthique pour la civilisation technologique*, Paris, Éditions du Cerf, traduction de Jean Greisch.

Horea Mihai Bădău, « Les enjeux éthiques de la communication de l'information d'actualité sur les blogs et réseaux sociaux. Une proposition de charte », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2018, n°12.

Hubert Faes, « Sens et valeur du contexte en éthique », *Revue d'éthique et de théologie morale*, 2014, n°3, pp. 11-33.

Jacques Perriault, « Réseaux de communication horizontale, un aperçu à travers le temps », *Le Temps des médias*, 2012, vol. 18, no. 1, p. 148-158.

Joana Casenave & Widad Mustafa El Hadi, « Developments in Ethics of Knowledge Organization: from critical approaches to classifications to controlled digital communication practices », *The Human Position in an Artificial World: Creativity, Ethics and AI in Knowledge Organization*. Ergon-Verlag, 2019, p. 127-143

Josette Lanteigne, « Quelques remarques sur le jugement », *Philosophiques*, 1992, vol. 19, n°1, p. 25-43.

Olivier Godard, « L'impasse de l'approche apocalyptique de la précaution. De Hans Jonas à la vache folle » *Éthique publique. Revue internationale d'éthique sociétale et gouvernementale*, 2002, vol. 4, n° 2, p.3. [En ligne] : <http://journals.openedition.org/ethiquepublique/2187>, consulté le 21 mars 2020

Olivier Le Deuff, « Folksonomies : Les usagers indexent le web », *Bulletin des bibliothèques de France*, 2006, no 4, p. 66-70.

Patrice Flichy, « Technique, usage et représentations » *Réseaux*, 2008, n°2, p. 147-174.

Patrick J. Brunet, *Ethique et Internet*, Sainte-Foy (Québec), Les Presses de l'Université Laval, 2012.

Pierre Livet, « Interaction » in Maxime Kristanek (dir.), *L'Encyclopédie Philosophique*, 2018. [En ligne]: <http://encyclo-philo.fr/interaction-a/>, consulté le 10 janvier 2020.

Philippe Breton, *Le culte de l'Internet : une menace pour le lien social ?* Paris, La Découverte, 2012.

Le Huffington Post, « Zuckerberg "encouragé" et "optimiste" après sa rencontre avec Macron à l'Élysée », 10 mai 2019. [En ligne] : [https://www.huffingtonpost.fr/entry/mark-zuckerberg-et-emmanuel-macron-se-rencontrent-encore-a-l-elysee\\_fr\\_5cd4d689e4b0705e47d93b09](https://www.huffingtonpost.fr/entry/mark-zuckerberg-et-emmanuel-macron-se-rencontrent-encore-a-l-elysee_fr_5cd4d689e4b0705e47d93b09), consulté le 29 mars 2020.

Marcello Vitali Rosati, « Une éthique appliquée ? Considérations pour une éthique du numérique », *Éthique publique. Revue internationale d'éthique sociétale et gouvernementale*, 2012, vol. 14, n° 2, p. 13. [En ligne] : <http://journals.openedition.org/ethiquepublique/995>, consulté le 23 novembre 2019.

Marion Simon-Rainaud, « Twitter va identifier les contenus falsifiés ou manipulés grâce à un label », 01net, 05 Février 2020. [En ligne] : <https://www.01net.com/actualites/twitter-va-identifier-les-contenus-falsifies-ou-manipules-grace-a-un-label-1852576.html>, consulté le 27 mars 2020.

Maxime Crépel, « Les folksonomies comme support émergent de navigation sociale et de structuration de l'information sur le web », *Réseaux*, 2008, vol. 152, no. 6, p. 169-204.

Michaël Szadkowski, « Facebook précise pourquoi, et comment, il supprime des photos et messages litigieux », *Le Monde*, 10 octobre 2014. [En ligne] : [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/10/10/facebook-precise-pourquoi-et-comment-il-supprime-des-photos-et-messages-litigieux\\_4504423\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/10/10/facebook-precise-pourquoi-et-comment-il-supprime-des-photos-et-messages-litigieux_4504423_4408996.html), consulté le 28 mars 2020.

Stéphane Astier, « Vers une régulation éthique de l'Internet : les défis d'une gouvernance mondiale », *Revue Internationale des Sciences Administratives*, 2005, vol. 71, n°1, p. 143-161.

Thomas Vander Wal, « Explaining and showing broad and narrow folksonomies », *Off the Top[blog]*, 2005. [En ligne] : <http://www.vanderwal.net/random/entrysel.php?blog=1635>, consulté le 18 mars 2020.

Ulla Tuomarla, « La recontextualisation et la circulation d'insultes dans les médias : le cas des commentaires des lecteurs sur des articles/vidéos publiés en ligne », *Cahiers de praxématique*, 2014, n°63, [En ligne] : <http://journals.openedition.org.ressources-electroniques.univ-lille.fr/praxematique/2420>, consulté le 02 janvier 2019.

Valérie Durieux, « Collaborative tagging et folksonomies », *Les Cahiers du numérique*, 2010, vol. 6, n°1, p. 69-80.

---

[1] Patrick J. Brunet, *Ethique et Internet*, Sainte-Foy (Québec), Les Presses de l'Université Laval, 2012, p. XIII.

[2] Patrick J. Brunet, *ibid.*

[3] Valérie Durieux, « Collaborative tagging et folksonomies : L'organisation du web par les internautes », *Les Cahiers du numérique*, vol. 6, no. 1, 2010, p. 69.

[4] Ulla Tuomarla, « La recontextualisation et la circulation d'insultes dans les médias : le cas des commentaires des lecteurs sur des articles/vidéos publiés en ligne », *Cahiers de praxématique*, 2014, n°63, [En ligne] : <http://journals.openedition.org.ressources-electroniques.univ-lille.fr/praxematique/2420>, consulté le 02 janvier 2019.

[5] Marcello Vitali Rosati, « Une éthique appliquée ? Considérations pour une éthique du numérique », *Éthique publique. Revue internationale d'éthique sociétale et gouvernementale*, 2012, vol. 14, n° 2, p. 13. [En ligne] : <http://journals.openedition.org/ethiquepublique/995>, consulté le 23 novembre 2019.

[6] Marcello Vitali Rosati, *op. cit.*, p. 13

[7] Évelyne Broudoux, « Quelles lectures du *tagging* ? Modélisation, techniques et usages », *Document numérique*, 2013/1, Vol. 16, p. 55-71.

[8] Fabrice Pirolli, « Pratiques d'indexation sociale et démarches de veille informationnelle », *Études de communication*, 2011/1, n° 36, p. 53-66.

[9] Depuis 2015, elle s'appelle : Commission d'enrichissement de la langue française. Pour plus d'informations, voir le site internet du ministère de la culture : <https://www.culture.gouv.fr/>, consulté le 29 février 2019.

[10] Thomas Vander Wal, « Explaining and showing broad and narrow folksonomies », *Off the Top[blog]*, 2005, [En ligne] : <http://www.vanderwal.net/random/entrysel.php?blog=1635>, consulté le 18 mai 2020.

[11] Jacques Perriault, « Réseaux de communication horizontale, un aperçu à travers le temps », *Le Temps des médias*, 2012, vol. 18, no. 1, p. 148-158.

[12] Voir Augustin Pyrame de Candolle, *Théorie élémentaire de la botanique : ou, exposition des principes de la classification naturelle et de l'art de décrire et d'étudier les végétaux*, Paris, Roret, 1844.

[13] Olivier Le Deuff, « Folksonomies : Les usagers indexent le web », *Bulletin des bibliothèques de France*, 2006, n°4, p. 66.

[14] Évelyne Broudoux, *op. cit.*, p. 57.

[15] Maxime Crépel, « Les folksonomies comme support émergent de navigation sociale et de structuration de l'information sur le web », *Réseaux*, 2008, vol. 152, no. 6, p. 169-204.

[16] Joana Casenave & Widad Mustafa El Hadi, « Developments in Ethics of Knowledge Organization: from critical approaches to classifications to controlled digital communication practices », *The Human Position in an Artificial World: Creativity, Ethics and AI in Knowledge Organization*. Ergon-Verlag, 2019, p. 127-143.

[17] Évelyne Broudoux, *op. cit.*

[18] Voir Adam Mathes, « Folksonomies-cooperative classification and communication through shared metadata ». 2004. [En ligne] : <https://adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html>, consulté le 25 janvier 2020.

[19] Olivier Le Deuff, *op. cit*, p.68

[20] Patrick J. Brunet, *op. cit.*

[21] Il y a beaucoup de travaux qui montrent la confusion entre morale et éthique. Cobut Catellani et Donjean clarifient ces concepts dans leur ouvrage intitulé : *Vers davantage d'éthique en communication : notions et outils pour mettre en oeuvre une communication responsable*, Liège, Edipro, 2017.

[22] Patrick J. Brunet, *op. cit.* p. XIV.

[23] Patrice Flichy, « Technique, usage et représentations » *Réseaux*, 2008, n°2, p.15.

[24] Emmanuel Levinas, *Ethique et infini*, Paris, Le Livre de Poche, 1982, p. 104.

[25] Hubert Faes, « Sens et valeur du contexte en éthique », *Revue d'éthique et de théologie morale*, 2014, n°3, p.12.

[26] Josette Lanteigne, « Quelques remarques sur le jugement », *Philosophiques*, 1992, vol. 19, n°1, p. 25-43.

[27] Patrick Brunet, *op. cit.*, p. XIII.

[28] Philippe Breton, *Le culte de l'Internet : une menace pour le lien social ?* Paris, La découverte, 2012.

[29] Stéphane Astier, « Vers une régulation éthique de l'Internet : les défis d'une gouvernance mondiale », *Revue Internationale des Sciences Administratives*, 2005, vol. 71, n°1, p.144.

[30] Joana Casenave & Widad Mustafa El Hadi, *op. cit.*

[31] Pierre Livet, « Interaction » in Maxime Kristanek (dir.), *L'Encyclopédie Philosophique*, 2018, p.1. [En ligne] : <http://encyclo-philosophie.fr/interaction-a/>, consulté le 10 janvier 2020.

[32] Erving Goffman, *Les cadres de l'expérience*, traduction de Isaac Joseph, Paris, Les éditions de minuit, 1974.

[33] Hans Jonas, *Le Principe responsabilité : une éthique pour la civilisation technologique*, Paris, Éditions du Cerf, traduction de Jean Greisch.

[34] Hans Jonas, *op. cit.*, p. 30-31.

[35] Hans Jonas, *op. cit.*, p. 62.

[36] Bernard Baertschi, *Enquête philosophique sur la dignité : anthropologie et éthique des biotechnologies*, Genève, Editions Labor et Fides, 2005, p.85.

[37] Olivier Godard, « L'impasse de l'approche apocalyptique de la précaution. De Hans Jonas à la vache folle » *Éthique publique. Revue internationale d'éthique sociétale et gouvernementale*, 2002, vol. 4, n° 2, p.3. [En ligne] : <http://journals.openedition.org/ethiquepublique/2187>, consulté le 21 mars 2020.

[38] Intelligence Artificielle

[39] Joana Casenave & Widad Mustafa El Hadi, *op. cit.*

[40] Ce réseau social a été racheté par Facebook. Il permet aux usagers de partager des photos mais aussi des vidéos avec de courtes descriptions et/ou des hashtags.

[41] Journaliste du magazine *Elle*.

[42] Amandine Seguin, « #Curvy : comment les internautes détournent la censure d'Instagram », *Elle*, 23 juillet 2015, p.1. [En ligne] : <https://www.elle.fr/Societe/News/Curvy-comment-les-internautes-detournent-la-censure-d-Instagram-2971762>, le 29 mars 2020.

[43] Michaël Szadkowski, « Facebook précise pourquoi, et comment, il supprime des photos et messages litigieux », *Le Monde*, 10 octobre 2014, p.1. [En ligne] : [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/10/10/facebook-precise-pourquoi-et-comment-il-supprime-des-photos-et-messages-litigieux\\_4504423\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/10/10/facebook-precise-pourquoi-et-comment-il-supprime-des-photos-et-messages-litigieux_4504423_4408996.html), consulté le 28 mars 2020.

[44] Marion Simon-Rainaud, « Twitter va identifier les contenus falsifiés ou manipulés grâce à un label », *01net*, 05 Février 2020, p.1. [En ligne] : <https://www.01net.com/actualites/twitter-va-identifier-les-contenus-falsifies-ou-manipules->

[grace-a-un-label-1852576.html](#), consulté le 27 mars 2020.

[45] D'ailleurs, c'est dans ce sens que le fondateur de Facebook a été reçu par le Président français Monsieur Emmanuel Macron le 10 mai 2019. Voir *Le Huffington Post*, « Zuckerberg "encouragé" et "optimiste" après sa rencontre avec Macron à l'Élysée », 10 mai 2019. [En ligne] : [https://www.huffingtonpost.fr/entry/mark-zuckerberg-et-emmanuel-macron-se-rencontrent-encore-a-lelysee\\_fr\\_5cd4d689e4b0705e47d93b09](https://www.huffingtonpost.fr/entry/mark-zuckerberg-et-emmanuel-macron-se-rencontrent-encore-a-lelysee_fr_5cd4d689e4b0705e47d93b09), consulté le 29 mars 2020.

[46] Horea Mihai Bădău, « Les enjeux éthiques de la communication de l'information d'actualité sur les blogs et réseaux sociaux. Une proposition de charte », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2018, n°12, p. 5.

[47] « La charte de l'internet : règles et usages des acteurs de l'internet en France », 1997. [En ligne] : <https://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/974055000.pdf> , consulté le 19 août 2019.

[48] Éric Guichard, « La philosophie des techniques revue à l'aune de l'internet et du numérique », 2017. (p.1). [En ligne] : <http://barthes.enssib.fr/articles/Guichard-pensee-critique-culture-numerique-philo-technique.pdf>, le 19 décembre 2019.