

Le nomadisme numérique communautaire, un nouvel art de vivre ?

< France Vachey >

*CEAQ, Université Paris Descartes
45 Rue des Saints Pères 75270 Paris Cedex 06
france.vachey@gmail.com*

DOI:10.3166/RIN.1.377-391 © AFDI 2012

< RÉSUMÉ >

Depuis les années 2000, et plus encore avec l'arrivée des ordiphones et des tablettes tactiles, les valeurs développées autour de l'internet mobile marqueraient un changement de paradigme, assorti d'une transformation profonde de l'homme et de la société, avec l'émergence d'une nouvelle manière d'être ensemble qui serait perçue comme un nouvel art de vivre postmoderne. À partir de quelques exemples d'applications mobiles et en prenant appui sur la sociologie de l'imaginaire et du quotidien, nous suivons ces nouveaux chemins communautaires afin d'analyser si les multiples espaces et modes de socialité proposés sur la Toile sont effectivement les symptômes d'un nouvel art de vivre ou plus simplement une expression parmi d'autres des valeurs de la postmodernité.

< ABSTRACT >

Since the 2000th and moreover with smartphones or touchpads, the mobile Internet trigs a shift of paradigm as well as a deep mutation of Human being and Society, kind of new way to be altogether, a new post modern "art de vivre". Starting from examples of mobile applications and leveraging on Sociology of Imagination and day life, we will follow these new social tracks to figure out if these social spaces arising on the Net eventually are new way of life symptoms rather than only signs among others of postmodernism.

< MOTS-CLÉS >

Communauté virtuelle, tablette tactile, mobinaute, nomadisme numérique, ordiphone, postmoderne.

< KEYWORDS >

Digital nomadism, mobile internet user, postmodern, smartphone, touchpad, virtual community.

1. Introduction

Depuis les années 2000, et plus encore avec l'arrivée des ordiphones, le téléphone mobile et Internet ont révolutionné nombre d'activités humaines, ont transformé le monde, et par là-même l'homme qui vit dans ce monde, celui du XXI^e siècle. L'homme moderne serait devenu postmoderne. Il s'invente des objets, multiples prothèses, avec lesquels il communique, voyage, joue, travaille sur une toile numérique qui lui permettrait de recréer, à sa main, un monde imaginaire et réenchanté.

En suivant quelques chemins empruntés par cet homme dit postmoderne, nous analysons si les multiples espaces et modes de socialité proposés sur la Toile, et son accessibilité quasi universelle grâce aux mobiles, sont effectivement les symptômes d'un nouvel art de vivre ou plus simplement une expression parmi d'autres des valeurs de la postmodernité mises à jour grâce à la sociologie de l'imaginaire.

2. Une nouvelle dimension, une nouvelle ère ?

De tous temps « L'homme apprend en voyant ce qu'il apprend et ce qu'il apprend retentit à son tour sur ce qu'il voit » (Hall, 1971) et c'est ainsi qu'est née de l'homme une nouvelle dimension, culturelle. L'homo sapiens est en mesure aujourd'hui, par la technologie, de construire de toutes pièces la totalité du monde où il vit, ce que les biologistes appellent son « biotope ». Or, de par la révolution numérique, non seulement il recrée de nouveaux mondes numériques (dits virtuels) pour y évoluer, des mondes sensoriels différents, imaginaires, – néanmoins façonnés par le langage et donc les interactions sociales –, mais il détermine aussi l'organisme qu'il sera, qu'il pourra et voudra être, en se modélisant lui-même, avatar aux multiples visages et apparences, toujours plus ouvert, toujours plus accessible, grâce à ces nouvelles techno-prothèses qui transforment son quotidien, en l'étendant ou en l'augmentant.

Avec plus de 80 % de la population mondiale détentrice d'un téléphone mobile dont près de 50 % d'ordiphones en 2012 sur les

marchés développés¹, et un discours marchand hédoniste accompagnant ce déferlement, il est devenu nécessaire de questionner le phénomène. S'agit-il vraiment d'un nouveau symptôme de ce que le sociologue Michel Maffesoli (2010) nomme la postmodernité et définit comme la synergie entre l'archaïsme et le développement technologique cette nouvelle ère qui aurait débuté dans les années 1970 avec la postmodernité architecturale, une socialité émergente où l'instant prime sur le futur, le ludique sur la raison et le réseau sur l'individu ? Ou s'agit-il plutôt d'une habile exploitation par les marketeurs des valeurs de la postmodernité mises à jour par la sociologie de l'imaginaire (Grassi, 2005) ?

De fait, l'ordiphone, ce téléphone mobile qui permet entre autres de surfer sur le net, n'est sans doute pas simplement un objet technologique de plus, un bel outil que les marketeurs, à l'affût des « nouvelles tendances », s'empressent de nous vendre à grand renfort d'applications conçues pour être toujours plus essentielles. Il nous semble que l'ordiphone pourrait bien être ce réflecteur du Double proposé par Clément Rosset, un miroir qui nous permet d'affronter le réel, nécessairement idiot nous dit le philosophe, car il n'existe que pour lui même. « Il y a en effet deux grandes possibilités de contact avec le réel : le contact rugueux, qui bute sur les choses et n'en tire rien d'autre que le sentiment de leur présence silencieuse, et le contact lisse, poli, en miroir, qui remplace la présence des choses par leur apparition en images. » (Rosset, 1997/2004, p. 43).

L'ordiphone, offrant la présence ou le regard d'un autre Soi sur le net deviendrait donc, du fait de sa capacité réflexive, une porte d'entrée sur ce réel « lisse, poli, en miroir », car « la perception coutumière ne s'offre le spectacle du réel qu'avec l'appoint du jeu de tous ses reflets possibles, qu'avec la complicité du Double » (Rosset, p. 46). Devenu porteur de ce Double proposé par Clément Rosset, l'ordiphone nous permettrait tout à la fois de mettre à l'écart le réel pour mieux l'appréhender, de l'interpréter afin de lui donner un/du sens, et enfin de nous offrir la possibilité d'alimenter notre désir en produisant à notre regard, notre

1. Données Nielsen, http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/.

écoute, notre perception, tous les objets fantasmés qui semblent nécessaires à notre bien-être de sujet toujours désirant, sinon mort.

L'ère moderne, née du siècle des Lumières, prônait la raison, la technique comme science exacte, l'utile, l'autorité hiérarchique et verticale, le progrès, et une certaine vision du futur. De cette ère est venue la désacralisation du monde, ce que Max Weber a nommé le désenchantement du monde, conséquence de sa désacralisation. Car en rationalisant et objectivant le monde, l'homme moderne lui a retiré tout mystère, tout imaginaire, tout sensible, signant un contrat social où l'individualisme était la règle. Au fil des ans, cet homme solitaire au milieu de la foule, s'est peu à peu désengagé du social, s'est dépolitisé, dégagé du système pour s'enfermer seul au milieu d'un monde devenu désenchanté qu'il s'agirait aujourd'hui de réenchanter.

Notre démonstration prend appui sur la sociologie de l'imaginaire, science sociale s'appuyant sur le rôle des représentations collectives et du symbolisme dans les interactions sociales et démontrant que les multiples formes pratiques de notre vie quotidienne sont construites et sous-tendues par des imaginaires sociaux. Avec l'avènement de l'ordiphone et ses capacités annoncées comme communautaires, interactives, tribales, étendues et nomades, il est nécessaire d'analyser le pourquoi et le comment des nouveaux usages rendus possibles par la téléphonie mobile afin de déterminer si, comme annoncé, l'ordiphone marque l'avènement d'une nouvelle ère, cette postmodernité réenchanteresse pensée par Maffesoli.

3. La question de l'Autre

Au-delà d'avancées technologiques indéniables, l'avènement d'internet et sa diffusion sur le réseau GSM 3G (et bientôt 4G) comporte avant tout une dimension sociale forte. Les internautes, désormais majoritairement mobinautes, passent du statut passif de simple récepteur de l'information à celui, bien plus valorisant, de retransmetteur, voire même de créateur de l'information. Ce sont donc les internautes/mobinautes qui éventuellement créent, parfois commentent mais surtout s'échangent le contenu généré par l'utilisateur (*User Generated Content*) sous la forme de blogs, forums,

photos, vidéos, qui se partagent dans ces nouveaux réseaux sociaux qu'il s'agit ici d'étudier.

Cet entre-deux est un espace interstitiel entre les mobinautes où se dévoilent, par le biais des échanges, des partages, des avis et des incitations, une communication, souvent décrite comme « vide de sens » mais pourtant essentielle, car ce qui fait sens ici, ce n'est pas plus le message transmis (fonction poétique d'un message écrit en SMS) mais bien la vérification du lien, du contact à l'autre (fonction phatique d'un message offrant l'expérience de l'échange), selon le schéma du message proposé par Roman Jakobson dès 1960. Est-ce bien alors ce « lieu qui fait lien » proposé par Maffesoli, sorte de rond en pointillé au sein duquel la cohérence existe tout en laissant des marges, ou des « zones liminoides »² (Boulaire et Cova, 2008), où peuvent s'exprimer les différences ?

Le web 2.0, fondé sur une culture, sinon de création au moins de partage de contenu, répond aux besoins de l'individu, de communiquer et d'échanger avec les autres, de créer du lien, dans un entre-deux où viennent s'insérer les innombrables interactions sociales virtuelles de la toile. Et l'usage, devenu quasiment banal sur le net et à domicile de créer soi-même, de commenter et surtout de partager du contenu, est en passe de devenir grâce au réseau GSM aussi évident sur les ordiphones qu'à domicile, et donc partout où l'homme peut se mouvoir et se connecter dans le monde réel. Or si « avec la communication, c'est toujours la question de *l'autre* qui surgit » (Wolton, 2009, p. 27) il semblerait que le virtuel soit devenu le nouvel espace du « être-ensemble » où chacun part en quête de l'autre.

4. Une nouvelle forme de socialité

Si l'ère moderne voyait la technique comme inaccessible, lointaine, incompréhensible et créée dans une dynamique rationnelle du

2. Dans le cadre d'une liminalité qui pourrait être définie comme un temps et un lieu à l'écart des relations sociales usuelles, « les phénomènes liminoides, produits par des individus spécifiés ou des groupes particuliers, tendent à être plus idiosyncratiques et « inhabituels » (quirky) que les phénomènes liminaires, qui sont généralisés et normatifs » (Traduction personnelle, Victor Turner, 1992, p. 57)

raisonnable (cf l'énergie nucléaire), l'ère postmoderne la présente comme ludique, magique, voire reliante. De même, si les valeurs principales de l'ère moderne étaient le travail, l'effort, le rationnel, le progrès, une certaine vision du futur et la raison qui prévaut à tout cela, celles de l'ère postmoderne sont l'esthétique, le présent, l'hédonisme ou l'imaginaire.

Dans une étude sur la sociologie des réseaux, Pierre Mercklé (2004) pointe ce qu'il a été convenu d'appeler dans les années 2000 dans certaines sphères scientifiques américaines, le « déclin de la socialité » un déclin dû à l'usage abusif des nouveaux médias. Perte de contact réel, absence d'interactions sociales, solitude, désengagement, ces théories tentaient de démontrer que la socialité américaine déclinait au profit d'un investissement outrancier dans les nouveaux objets technologiques et numériques, PC, téléphones, jeux, internet, réseaux sociaux. Or « la socialité suscite une forme de réseau parce qu'elle correspond à ce qu'il y a dans la relation sociale à la fois d'informel, au sens de non organisé et de formel, au sens cette fois où elle est de la forme où le contenu n'est qu'un prétexte. La socialité serait à elle-même sa propre finalité, même si en réalité elle est aussi le support d'échanges matériels et symboliques... » (Mercklé, 2004, p. 40).

Le terme communauté virtuelle a donné lieu à beaucoup de débats, les uns se refusant à accepter la virtualité d'une communauté, les autres remettant en cause la terminologie « virtuelle ». La communauté virtuelle, ou « communauté imaginée » (Proulx, 2004), est en fait un lien d'appartenance entre les membres d'un collectif qui partagent des valeurs, des goûts ou des intérêts, par le biais d'un dispositif numérique, forum, chat ou application mobile. Ce qui fait lien, dans ces communautés d'un nouveau genre, c'est l'intérêt partagé. Si la proximité géographique assurait, ou imposait même le lien social traditionnel, dans le cadre d'une structure territoriale réelle, c'est le partage de valeurs communes, professionnelles, morales, historiques, ludiques, politiques, éthiques, qui crée aujourd'hui des nouvelles communautés, structurées en réseaux.

Le réseau, ce n'est pas uniquement un ensemble d'unités élémentaires, identités numériques bien réelles, comme les utilisateurs

d'une application pour ordiphone, mais c'est aussi le lien qui unit toutes ces unités élémentaires. En effet la notion de réseau social inclut, non pas juste un ensemble d'éléments, mais bien un ensemble de relations sociales, d'interactions croisées, sorte d'arborescence illimitée s'épanouissant dans un espace perçu comme infini, l'univers virtuel d'internet, de la Toile.

Ainsi, grâce au net, un réseau virtuel constitué de membres d'une communauté virtuelle de relations professionnelles ou amicales est tout aussi social que n'importe quel réseau d'amis ou de collègues et plutôt que de « déclin de la socialité » (Mercklé, 2004) il s'agit bien plus d'une mutation en profondeur de cette même socialité. Partagée au cœur des multiples réseaux sociaux disponibles, elle est désormais distancée, basée sur des intérêts partagés, mondialisée, étendue mais aussi intolérante, déprivatisée, monétisée et instrumentalisée par le marché.

Dans les exemples ci-dessous, il apparaît que cette nouvelle socialité, basée sur les réseaux sociaux, permet surtout aux marques de chercher et trouver de nouveaux consommateurs et clients.

4.1. Farmville : produire et surtout partager

Créé et édité depuis 2009 par la société Zinga, Farmville est un jeu communautaire utilisant Facebook qui s'est d'abord installé sur PC, puis sur ordiphone et tablette tactile depuis 2010. Plébiscité par plus de 80 millions de joueurs, Farmville permet de créer une ferme à partir d'un terrain extensible et organisé par parcelles cultivables, puis de le décorer, l'animer, le développer.

Gratuit, le jeu peut être utilisé sans recours à des moyens de paiement usuels. Le joueur dispose d'un petit pécule pour acheter ses premières graines, et ses premières récoltes lui laissent à penser qu'il va pouvoir se développer tranquillement. Mais sous cette apparence ludique anodine, Farmville se révèle vite très prenant et n'a de cesse de proposer graines, animaux, véhicules ou bâtiments qui ne peuvent s'acheter qu'avec des « points Farmville ». Des points que l'on peut certes gagner en accédant aux niveaux supérieurs, mais à un rythme si

lent que le joueur finit par sortir sa carte bancaire puis payer ensuite directement via Paypal ou Itunes.

Par ailleurs, Farmville, tellement populaire que l'éditeur n'a pas éprouvé le besoin de le faire traduire, semble pour le débutant un simple jeu de gestion, basé sur une production de type agricole et maraîchère (plantes, arbres, fruits, graines, animaux de la ferme) qui doit être préparée, suivie et vendue en circuit autonome. Mais passés les premiers instants de production et de récolte, il apparaît que ce jeu est en fait essentiellement axé sur le réseau social et le fait de partager. En effet, le message *Do you want to share with your friends?* et toutes ses variantes, apparaît sur l'écran de jeu au moindre événement. Échanger un cadeau, demander de l'aide, féliciter d'avoir récolté, offrir un travail, vendre, acheter, prévenir ses amis, en trouver d'autres, tout est fait pour que le joueur ne cesse d'aller et venir entre le jeu et ses amis joueurs ou qui vont le devenir grâce à lui.

Utilisé via un ordiphone ou une tablette tactile, et donc facilement accessible au sortir de la poche ou du sac, n'importe où, pour des périodes de très courte durée, le jeu permet une expérience qui semble sans impact, sans incidence si ce n'est qu'elle est naturellement partageable avec d'autres, voisins réels, de bus ou de métro, amis devenus voisins virtuels ou proches potentiellement joueurs. Dans le cas présent, l'extension nomade de Farmville via un ordiphone étend l'expérience du jeu au sein d'une même journée et multiplie par là-même les occasions d'échanger et partager entre le joueur et ses différentes sphères sociales (famille, amis, travail).

4.2. Scanbucks : faire ses courses en jouant

Après avoir créé une première application autour du vin, deux jeunes ingénieurs français, conscients que faire ses courses est souvent perçu comme pesant, ont l'idée de transformer l'acte d'achat en magasin en événement ludique et communautaire. En 2010 ils créent alors Scanbucks, une application téléchargeable gratuitement qui permet de gagner des points en allant faire ses courses.

Le principe en est très simple, il est présenté par ses concepteurs comme une chasse au trésor en magasin. Après avoir téléchargé l'application, les consommateurs sont géolocalisés via leur ordiphone, puis une fois en magasin ils doivent trouver certains produits référencés par l'enseigne, et en scanner le code-barres sur packaging ou sur un panneau prévu dans le supermarché. Chaque code barre, scanné simplement via leur ordiphone, donne donc des points Scanbucks qui peuvent être ensuite échangés, partagés ou même offerts pour une association.

Scanner ces produits dans leurs points de vente habituels permet donc aux consommateurs de cumuler des points échangeables et d'avoir accès à des jeux bonus qui, à leur tour, leur offriront des points. En termes de valeur d'échange des points, un parcours de shopping représente aujourd'hui environ 25 scans et près de 200 scanbucks, ce qui correspond par exemple à une chanson téléchargeable sur I-tunes.

Depuis son lancement début mars 2011, l'application Scanbucks suscite un véritable engouement auprès des marques de produits de grande consommation et de leurs consommateurs et comptait début 2012 plus de 100 000 téléchargements et plus de 200 000 scans réalisés en France. Plusieurs grandes enseignes, comme Carrefour, Casino, Franprix, et plusieurs grandes marques comme l'Oréal, Coca Cola ou SEB, ont déjà accepté d'utiliser cette application afin de renouveler leur relation client tout en communiquant de façon plus ludique, avec comparatifs de points, compétitions entre consommateurs et toutes sortes d'incitations à la promotion de l'application auprès d'amis.

Jouer en faisant ses courses, partager ses gains avec ses amis, accepter de dire, via le GPS, où l'on se trouve et ce que l'on fait, et accepter ce faisant d'être *tracké* par les marques, semblent bien les signes d'une socialité dite réenchântée, mais sous couvert de valeurs postmodernes instrumentalisées par une économie de marché qui s'appuie sur le concept émergent de « gamification »

Sans aller jusqu'à affirmer que « jouer à ces jeux devient un lieu d'apprentissage de la déréglementation et du renversement des valeurs, en continuité avec la mentalité postmoderne immiscée dans les politiques économiques-libertaires » (Arrault et Jacques, 2012, p. 80),

nous pouvons observer que les mobinautes, membres d'une et même de plusieurs communautés virtuelles ou réseaux sociaux en ligne, se retrouvent en intimité sur le partage des pratiques de telle ou telle plateforme relationnelle via leur ordiphone, à tout instant et désormais où qu'ils se trouvent grâce au 3G. « A leur manière, elles [les plateformes relationnelles] favorisent l'émergence d'une dynamique de bien commun à partir de logiques d'intérêt personnel en articulant de façon originale individualisme et solidarité » (Cardon, 2008, p.131). C'est donc bien la dimension culturelle « mainstream » de ces nouveaux outils qui offre une dimension collective, générée par les usages, et qui crée ainsi un espace communautaire d'identification.

5. Un espace sans cesse modifiable

Selon Stéphane Hugon le lien communautaire n'est pas un lien sociétal entre deux individus comme le serait un contrat, mais plutôt un lien qui l'unit à d'autres liens. Le contrat est « le début d'une rupture sociale, d'une irruption, il constitue en soi les prémisses, ou l'effet d'une certaine modernité », tandis que le « lien communautaire suggère l'implication, l'imitation, voire une certaine acceptation du contexte, qu'il soit l'expression de la tradition, de la coutume ou de l'usage ». (Hugon, 2010, p. 140).

Et c'est ainsi que d'espace où, sous couvert de liberté, s'épanouissait auparavant un simple contrat commercial « figuration pratique de l'abstraction du contrat social, lui-même expression du lien sociétaire » (Hugon, 2010, p. 144), Internet semble être devenu essentiellement communautaire, l'expression non pas de la société mais d'une forme de tribu « qui n'est pas un objet social, comme l'État ou la famille, mais bien plutôt un événement, avec ce qu'il comprend d'intensité ou d'immédiateté » (Hugon, 2010, p. 14), ce qui n'empêche pas pour autant le marché de s'y être installé et d'avoir su rapidement en exploiter les ressources.

En se connectant sur une application mobile de type communautaire, le mobinaute sait que l'espace auquel il accède n'est pas un espace indépendant de lui et auquel il se heurte, mais bien plutôt un espace qu'il va pouvoir modifier, de par ses interactions, tout en étant lui-même

modifié en retour, un espace relationnel dans lequel il se crée une identité, parmi d'autres, ce qui lui donnera une place, parmi d'autres, au sein de cet espace qu'il va rendre sien. En utilisant son ordiphone, l'homme postmoderne continuerait donc de (re)créer cette dimension culturelle posée par Edward Hall.

Néanmoins, dans les exemples ci-dessous, il apparaît là encore que, si l'expérience virtualisée du mobinaute est bien étendue, enrichissante ou augmentée, il lui appartient sans cesse de la recadrer afin de réellement la rendre sienne.

5.1. Geocaching : un loisir nomade et communautaire

Le jeu communautaire Geocaching utilise la géolocalisation, une fonctionnalité des ordiphones qui rend accessible, partout dans le monde, les coordonnées GPS d'un lieu ou d'un objet. (www.geocaching.com). Projet de recherche de l'armée américaine dans les années 1960, le GPS permettait initialement de repérer, via satellite, les forces ennemies lors des conflits. En 2000, une fois l'ensemble des satellites disponibles suffisant pour rendre le GPS en permanence opérationnel pour le public et sur l'ensemble de la planète, l'armée autorisa une diffusion non restreinte du service, Bill Clinton ordonnant la suppression du Code SA (*Select Availability*) chargé de dégrader le signal pour les civils.

Le 3 mai 2000, pour fêter cette annonce gouvernementale et la diffusion libre du GPS, un jeune Américain cache un petit récipient contenant quelques objets non loin de Portland dans l'Oregon. Quelques jours plus tard Mike League trouve le récipient et crée une page personnelle sur le web pour raconter sa trouvaille et indiquer qu'il a caché d'autres récipients du même genre ailleurs. En juillet 2000 Jeremy Irish consulte la page de Mike et trouve sa première cachette. Soupçonnant le potentiel du jeu, les deux hommes s'associent, créent un nouveau site, Geocaching, ajoutent de nouvelles fonctions, des cartes, des parcours, des expériences, puis sollicitent les avis et les ajouts.

Le principe du geocaching, créé aux USA en 2000 et implanté aujourd'hui partout dans le monde, n'a pas changé. Il consiste à se

procurer, via internet, les coordonnées de « caches » (en général des petites boîtes en plastique contenant divers objets dont un cahier, nommé « logbook ») disséminées partout dans le monde, dans des lieux intéressants à visiter, à voir, à partager. Une fois la « cache » trouvée (ou créée) il s'agit, d'une part, de laisser une trace réelle de son passage (écrire dans le logbook) et d'autre part, de venir, sur le net, partager avec la communauté des géocacheurs les coordonnées de la cache, les impressions sur le lieu, le parcours, ses expériences touristiques et ludiques. « Le geocaching peut être considéré comme un discours textuel polysémique dont les auteurs sont principalement les concepteurs des sites dédiés au jeu et les nombreux geocacheurs producteurs du jeu » (Boulaire, Cova, 2008, p.71)

Depuis les premières caches et le détournement de l'application militaire, le jeu s'est donc étendu et regroupe des dizaines de milliers de randonneurs qui construisent de sites en sites une « zone liminoïde du geocaching » et partagent ainsi sur le net leur goût de la marche, du voyage, de la découverte, dans un jeu communautaire qu'ils s'emploient bénévolement jour après jour à conserver loin de tout opérateur.

5.2. *Sylvagora : rendre visible l'invisible*

Créée à la demande de la commune de Mase, dans le Val d'Hérens (canton du Valais en Suisse), par QSN Technology, département de l'Institut Icare, basé au sein du TechnoArk de Sierre, cette application, disponible sur l'AppStore, permet à des visiteurs de découvrir la richesse d'une forêt traditionnelle au travers d'un parcours interactif entre des points d'intérêts particuliers et l'ordiphone du visiteur. Le but de cette application est tout simplement de rendre plus accessible la richesse d'une forêt, son écosystème, et la diversité de ses métiers, de ses animaux et de ses plantes grâce au téléphone mobile de chaque visiteur.

Après avoir téléchargé l'application, le visiteur (adulte en ballade ou enfant en classe) doit simplement photographier les codes datamatrix (codes barre à 2 dimensions) apposés sur certains supports au long du parcours pour accéder à un contenu relatif à l'endroit où il se trouve. Le contenu est reçu sous forme de textes, d'images ou de vidéos qui sont

liés à chacun des codes 2D du parcours. Une fois le code décrypté par l'application, l'affichage du contenu correspondant se fait automatiquement en quelques secondes, sans besoin de connexion GSM car géré en local. Tout au long du parcours, l'application stocke les réponses données par le visiteur à des questions posées sous forme de quizz, puis télécharge vers un serveur toutes ces réponses en fin de parcours, après accord du visiteur (opt-in). Ces données peuvent être retrouvées via internet par le visiteur plus tard, pour complément d'informations, ou par l'enseignant d'une classe qui a effectué le parcours, pour une restitution en classe de l'expérience vécue par les élèves.

Avec son ordiphone en poche, l'homme postmoderne peut désormais parcourir le monde, réel/virtuel, choisissant, recréant, imposant même parfois aux pouvoirs qui faiblissent ou implorent, un nouveau mode de vie que l'on pourrait appeler nomadisme numérique communautaire, un nomadisme réticulaire où le consommateur serait sans cesse en quête d'émotions partagées, en quête d'expériences, un mode de vie présenté comme ludique, social, voire libertaire. Au sein de ces nouvelles communautés l'ordiphone permet de vivre de nouvelles expériences qui semblent bien participer « du jeu du monde et du monde du jeu » (Maffesoli, 2000), et c'est pourquoi il peut être présenté par les opérateurs³ comme le signe manifeste d'une nouvelle socialité souscrivant aux valeurs de la postmodernité.

6. Conclusion

Développer un nouvel « art de vivre » communautaire et postmoderne via Internet et les réseaux sociaux, serait en passe de devenir une sorte de leitmotiv présenté comme populaire par les opérateurs, un mode vie où le fait d'éprouver ensemble quelque chose est présenté comme facteur de socialisation. De fait, intégrant de nouvelles formes de socialité, ces échanges ritualisés analysés par Goffman (1974) qui font la trame et l'essence du social, les applications sur ordiphone et les expériences qu'elles proposent, semblent recréer

3. Seule une véritable étude scientifique des comportements adoptés récemment par les mobinautes, indépendante des opérateurs du marché et dotée d'un échantillonnage significatif, pourrait confirmer ces hypothèses.

un espace de socialité qui n'aurait rien à envier à l'espace connu des nos rencontres quotidiennes réelles. « C'est un besoin de cohésion qui anime les internautes, une envie de resserrement de leurs rapports sociaux. C'est aussi un besoin de contrôler et de façonner leur environnement social en respectant certaines contraintes, qui leur viennent de la vie hors-ligne » (Casilli, 2010, p. 228).

En participant aux différents rituels proposés sur ces multiples réseaux accessibles d'un simple frôlement de pouce, le mobinaute vit de nouvelles expériences, tente de réenchanter son monde, et, peut-être même, de rendre l'inaccessible enfin accessible. Sensible, joueur, empathique, il peut être « relié » au monde, dans le sens de Michel Maffesoli pour qui il y a *reliance* dans le fait de vouloir éprouver des émotions en commun dans un espace de socialité recréé, comme celui des innombrables réseaux du net.

Nouvelles identités, multiples, nouveaux repères, éclatés, nouveaux modes de vie, expérientiels, nouvelles tribus, réticulaires, l'ensemble de la société connaît de nos jours une profonde mutation et les applications proposées sur les ordiphones nous ouvriraient les portes d'un nouvel espace postmoderne, celui du nomadisme numérique communautaire, un nomadisme réticulaire où le nouveau pacte social serait basé sur le partage d'expériences et d'émotions. Mais, si l'hédonisme au quotidien, l'être ensemble, le jeu, l'acceptation et la reconnaissance du futile et de l'inutile, sont bien des valeurs postmodernes qui peuvent se retrouver dans le discours sur les ordiphones, il semble que cet avènement annoncé ne soit que l'écho technologique et parfaitement marketé du surgissement toujours actualisé de la question de *l'autre* (Wolton, 2009).

Bibliographie

Arrault Valérie, Jacques Emmanuelle (2012). Les jeux sur Facebook : quelques paradoxes du gratuit au convivial. *Hermès La Revue* 62, p. 75-81, CNRS Éditions, Paris.

Boulaire Christèle, Cova Bernard (2008). Attiser le « feu du jeu » postmoderne : le cas du géocaching et de ses zones liminoïdes. *Sociétés* 4/2008 (n°102), p.69-82, Paris.

- Cardon Dominique (2008). « Le design de la visibilité », Un essai de cartographie du web 2. *Réseaux*, vol. 6 n° 152/2008, p. 93-137, Paris.
- Casilli Antonio A. (2010). *Les liaisons numériques : vers une nouvelle sociabilité*, Seuil, collection « La couleur des idées », Paris.
- Grassi Valentina (2005). *Introduction à la sociologie de l'imaginaire, une compréhension de la vie quotidienne*, Editions Erès, Ramonville Saint-Agne.
- Goffman Erwing (1974). *Les rites d'interaction*. Éditions de Minuit, Paris.
- Hall Edward T. (1971). *La dimension cachée*. Seuil, Paris.
- Hugon Stéphane (2010). *Circumnavigations*. CNRS Éditions, Paris.
- Maffesoli Michel (2010). *Le temps revient, Formes élémentaires de la postmodernité*, Editions de Brouwer, Paris.
- Mercklé Pierre (2004). *Sociologie des réseaux*. Éditions de la Découverte et Syros, Paris.
- Proux Serge (2004). Les communautés virtuelles construisent-elles du lien social? Communication, *Colloque International « L'organisation média. Dispositifs médiatiques, sémiotiques et médiations de l'organisation »*, Université Jean-Moulin, Lyon, 19-20 nov.
- Rosset Clément (1997/2004). *Le réel, traité de l'idiotie*. Éditions de Minuit, Paris.
- Turner Victor (1992), *Blazing the trail: Way Marks in the Exploration of Symbols*, Ed° Edith Turner, Tucson : Université of Arizona Press.
- Wolton Dominique (2009). *Informer n'est pas communiquer*. CNRS Éditions, Paris.

