

il y a 2 min

**« VOUS AVEZ
UN NOUVEAU
E-SOUVENIR »»**

Emma PIQUAND
Dn MaDe Numérique - 3^{ème} année
UE19 - Mémoire 2021/2022



Certaines pages
sont interactives.



SOMMAIRE

4	Abstract
5	Soudain, de nouvelles formes de souvenir...
7	LES ORIGINES DU SOUVENIR
8	«Faire mémoire»
9	«La fiction du souvenir»
10	«Oublier pour se rappeler»
11	«Restitution»
12	LE COMMERCE DU SOUVENIR
13	«Un enjeu nouveau»
14	«Commerce de la nostalgie»
15	«Prothèses mémorielles»
16	«L'influence des algorithmes sur la perception de nos souvenirs»
17	CRÉATION DE L'EXPÉRIENCE
18	«Création de l'expérience et représentation du souvenir»
20	«Médias imaginaires et prédictions»
22	Avec le temps...
24	Remerciements
25	Sources & références



ABSTRACT

At the dawn of the 1980s, in our industrialized societies, a digital sphere was built which, by its overtaking of the physical world, irreversibly disrupted our relationship to the world and to others. In the past, to remember, we tied a knot to our handkerchiefs. Today, in our hyperconnectivity society, we increasingly rely on devices to record our memories for us. Thus, new forms of e-remembrance have appeared since the democratization of the internet.

In this dissertation, I then try to understand how today we re-question the methods of recording the memory, as well as its restitution in our digitalized era. On the one hand, human has to face a new challenge: the e-remembrance has become a primordial global business. Controlled by ultra-capitalist multinationals, e-memories has thus developed at the heart of a plurality of monetization strategies through different applications acting as memory "prostheses". On the other hand, I question the new role of the designer who has become an « experienced designer,» as well as whether these new creations of "memory prostheses" are truly memorable and create values.

To construct this thesis, I consulted many sociological, philosophical and psycho-neurological sources in order to fully understand the physiology of memory as well as its functioning. So, I thus question the influence of these algorithms on our memories. Finally, I relate this problem to the technologies of manipulation of memories already questioned in occidentals audiovisual fictions. I then question these imaginary media and predictions.

« MEMORY IS THE PROPERTY OF THE LIVING TO TRANSCEND TIME. IT ENSURES BOTH THE SURVIVAL OF THE PAST AND THE PERSISTENCE OF THE PRESENT IN THE FUTURE. »

- DENIS DIDEROT.

While writing this dissertation, I finally analyzed the new issues of designers that raise ethical questions and limits to e-memories. Indeed, I remember that our relationship to remembrance is changing, because the quality of it is also changing. Thus, these e-memories then become particularly fragile powers, because there is an imbalance between our «biological» memories, and our «digital» memories.

**SOUDAIN,
DE NOUVELLES FORMES
DE SOUVENIRS ...**

Évoquer l'écllosion du numérique, c'est parler d'une véritable révolution culturelle et technologique aussi importante que celle vécue par les humains avec l'avènement de l'écriture puis l'invention de l'imprimerie. À l'aube des années 1980, dans nos sociétés industrialisées, s'est construite une sphère numérique, qui par son dépassement du monde physique, a bouleversé de façon irréversible notre rapport au monde et aux autres.

La spécificité de notre temps est intéressante. Autrefois, pour se souvenir, nous faisons un nœud à nos **mouchoirs**¹. Aujourd'hui, l'ultra-connecté étant au cœur de notre quotidien de citoyen et de consommateur, nous confions de plus en plus le soin à des appareils d'enregistrer nos souvenirs à notre place. À l'heure où nous vivons dans une société **hyperconnectivité**², le fait de se reposer sur ces technologies numériques transforment et re-questionne le souvenir, ainsi que sa restitution. Présentement, il est important de faire la distinction entre le souvenir biologique, et le e-souvenir.

De nouvelles formes de souvenirs sont apparus depuis la démocratisation d'internet. Dans ce mémoire, j'essaye alors de comprendre **comment aujourd'hui nous re-questionnons les modalités d'enregistrement du souvenir, ainsi que sa restitution dans notre ère digitalisée.** Ces technologies de l'information ont-elles ainsi transformé notre rapport au souvenir et notre façon de se souvenir?

Dans un premier temps, nous reviendrons sur les origines du souvenir et sa transmission, afin d'en comprendre l'essentiel de sa physiologie. Dans un deuxième temps, nous analyserons les plateformes connectées existantes, créant ainsi des « e-souvenirs » devenus une source de profit pour les multinationales. Enfin, dans une troisième partie, nous essaierons de comprendre quel est, aujourd'hui, le rôle du designer au sein de ces créations d'expériences du souvenir, et nous émettrons des hypothèses d'évolutions qu'obtiendront nos souvenirs dans les sociétés futures.

¹ — Pratique mnémotechnique popularisée au XIXe siècle, désignant une action permettant de se rappeler que l'on doit faire ou ne surtout pas oublier quelque chose.

² — Jean-Gabriel Ganascia, informaticien et philosophe français, qualifie notre société « d'hyperconnectivité ». Il compare le terme « d'hyper conductivité », où le métal dans un certain état physique va conduire de l'électricité sans résistance, à notre société hyperconnectivité, dans laquelle il y a une connectivité entre les hommes et la machine qui est instantanée.

**« SE SOUVENIR, C'EST AUSSI INVENTER.
LA MÉMOIRE EST L'ART MAGIQUE
DE LA COMPOSITION. »**
- HÉLÈNE GRIMAUD, VARIATIONS SAUVAGES.

il y a 2 min

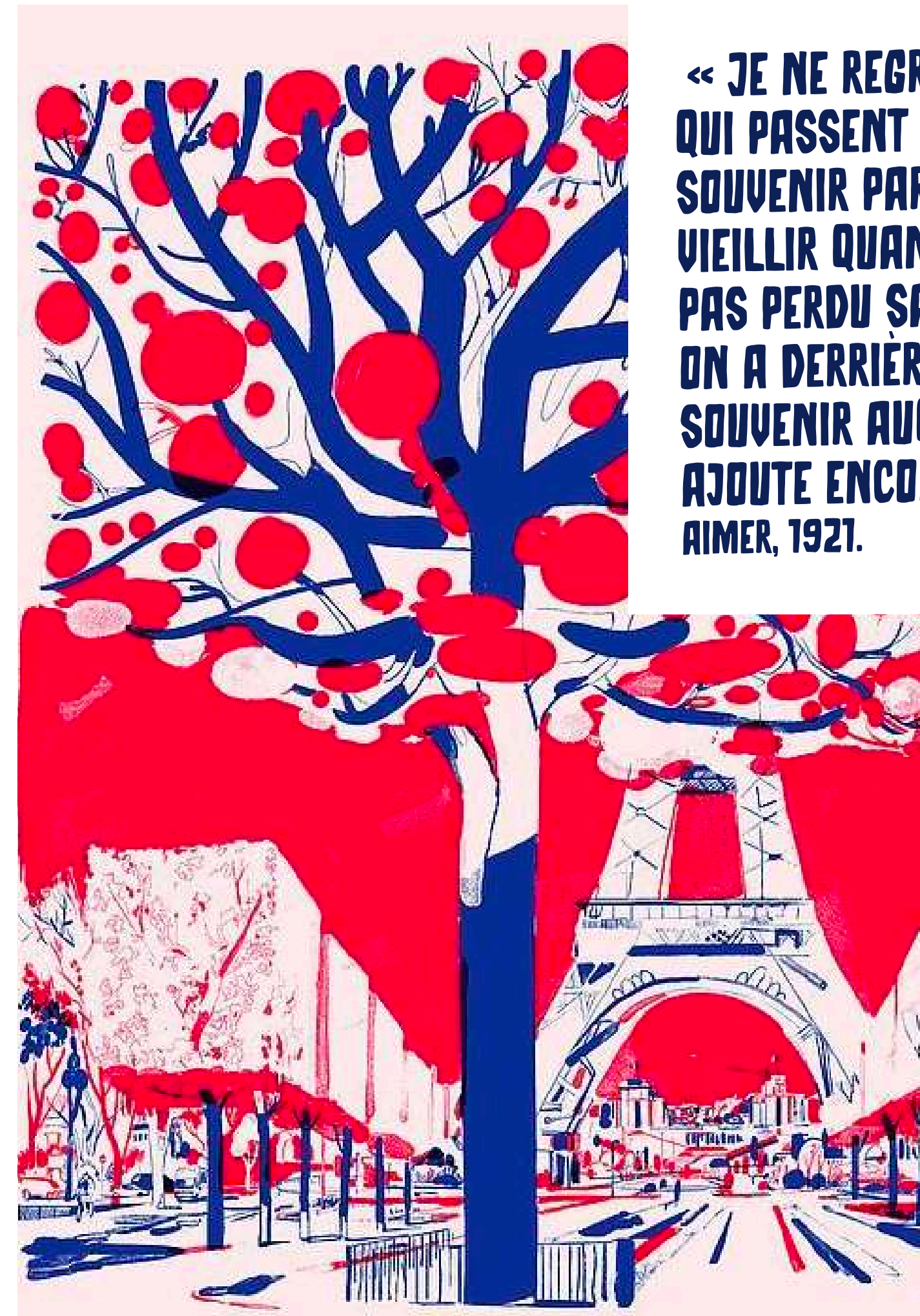
**LES ORIGINES
DU SOUVENIR**

« FAIRE MÉMOIRE »

Etymologiquement, du latin « *subvenire*¹ », sub « sous » et venire « venir » signifie se présenter à l'esprit. (en parlant d'idées) Le terme « souvenir » c'est avoir de nouveau présent à l'esprit, c'est quelque chose qui appartient à une expérience passée et qui nous revient à la mémoire.

Toutefois, il faut préciser que tout ce qui n'est pas oublié n'est pas nécessairement l'objet d'un souvenir. Pour faire l'état d'un souvenir, il faut **trois actes clés**² : il est nécessaire qu'il y est une expérience passée, puis de garder la trace mémorielle de cet évènement, afin qu'à une date ultérieure nous retrouvions cet évènement. Il se donne comme une évocation du passé, alors même qu'il est présent dans notre esprit.

L'humain conserve différents types de « **souvenirs biologiques**³ », pendant plus ou moins longtemps. Le souvenir fait appel à la mémoire et plus spécifiquement à la mémoire à long terme : **sémantique, épisodique, procédurale, perceptive, et eidétique**⁴. Néanmoins, les souvenirs ne sont pas l'apanage de notre cerveau, ils sont aussi celui du corps par la **mémoire corporelle**⁵, qui se différencie de nos souvenirs intellectuels car ils sont totalement indépendant de notre volonté.



Croquis de voyage du livre intitulé « Souvenir » de l'illustrateur allemand Christoph Niemann publié en 2017.

« JE NE REGRETTE PAS CES JOURS QUI PASSENT EN ME LAISSANT UN SOUVENIR PARFAIT. C'EST DOUX DE VIEILLIR QUAND ON SE DIT QU'ON N'A PAS PERDU SA JEUNESSE, QUAND ON A DERRIÈRE SOI CE TRÉSOR DU SOUVENIR AUQUEL CHAQUE JOUR AJOUTE ENCORE. » - PAUL GÉRALDY, AIMER, 1921.

¹ — Ce sont les langues romanes qui ont donné à ce verbe le sens de venir en mémoire, en le détournant légèrement : *subvenit mihi, il me subvient, il subvient en ma mémoire.*

² — Il existe trois actes clés dans le souvenir : un acte d'assimilation à l'esprit de l'évènement, un acte de conservation/consolidation de la représentation de l'évènement passé, et un acte d'actualisation de cette représentation.

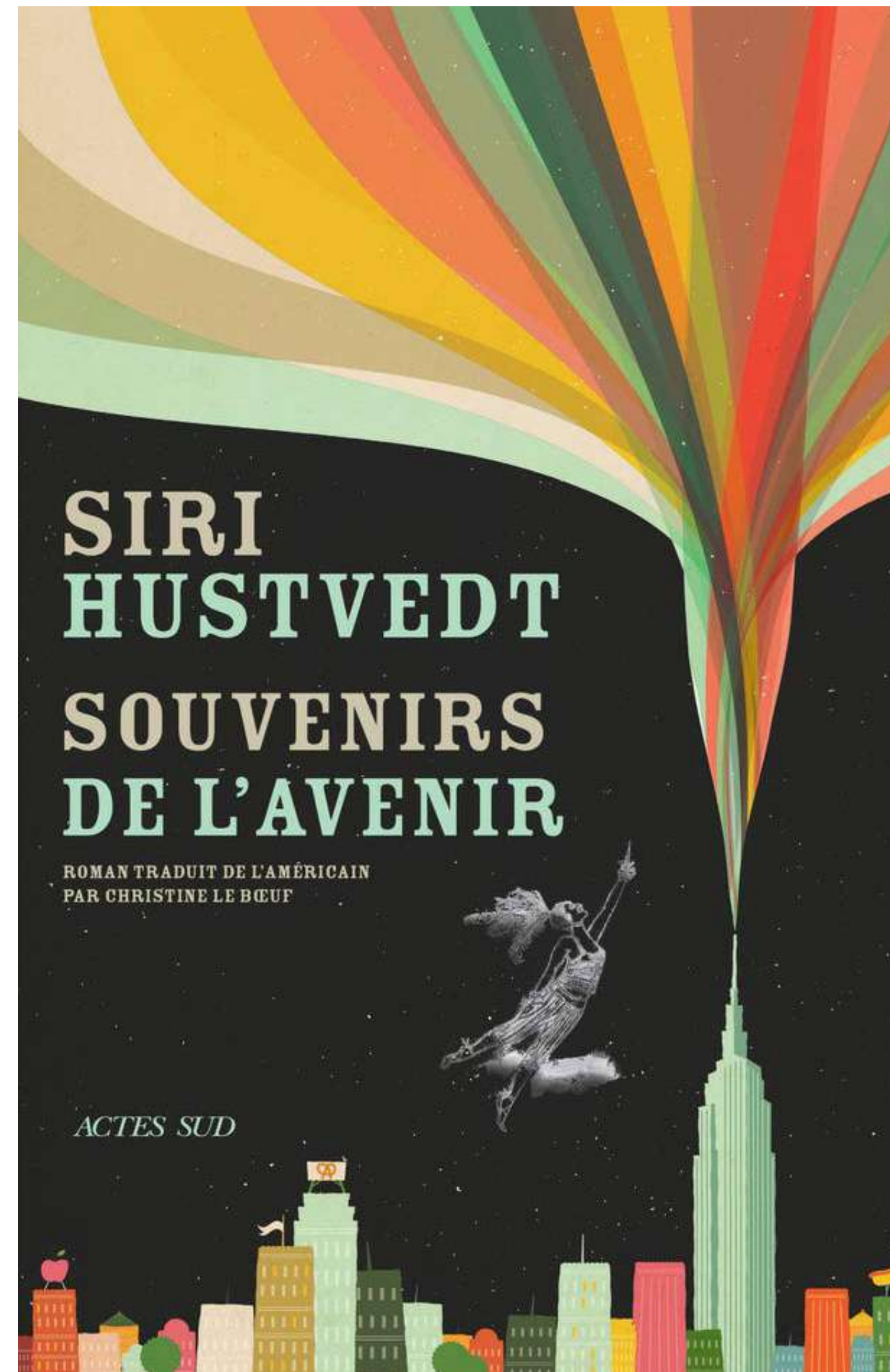
³ — Nous utilisons le terme « biologique » pour qualifier le souvenir stockés en interne, dans notre cerveau, actualisé par un phénomène biologique.

⁴ — Lire *Psychologie de la mémoire - Histoire, Théories, Expériences* de Alain Lieury, Édition Dunod, 2005.

⁵ — Depuis que nous sommes embryon selon les recherches scientifiques, notre corps n'oublierai pas et enregistrerai, à tout moment, une infinité d'impressions sensorielles et corporelles qui ne sont pas conscientisées et qui agissent sur nous.

« LA FICTION DU SOUVENIR »»

Certains **théories**⁶ considèrent plutôt que les souvenirs sont des reconstructions du passé influencées par nos croyances, valeurs et connaissances. Le souvenir ne documenterait donc pas la réalité, et il y aurait comme une fiction dans le souvenir, puisqu'une partie de celui-ci serait une invention de l'esprit. La mémoire et l'imagination relèvent donc, sous bien des aspects, de la même faculté. Pour faire preuve d'imagination, il faut pouvoir se souvenir, et lorsque nous faisons ce travail de mémoire, les souvenirs deviennent ainsi des **autofictions**⁷.



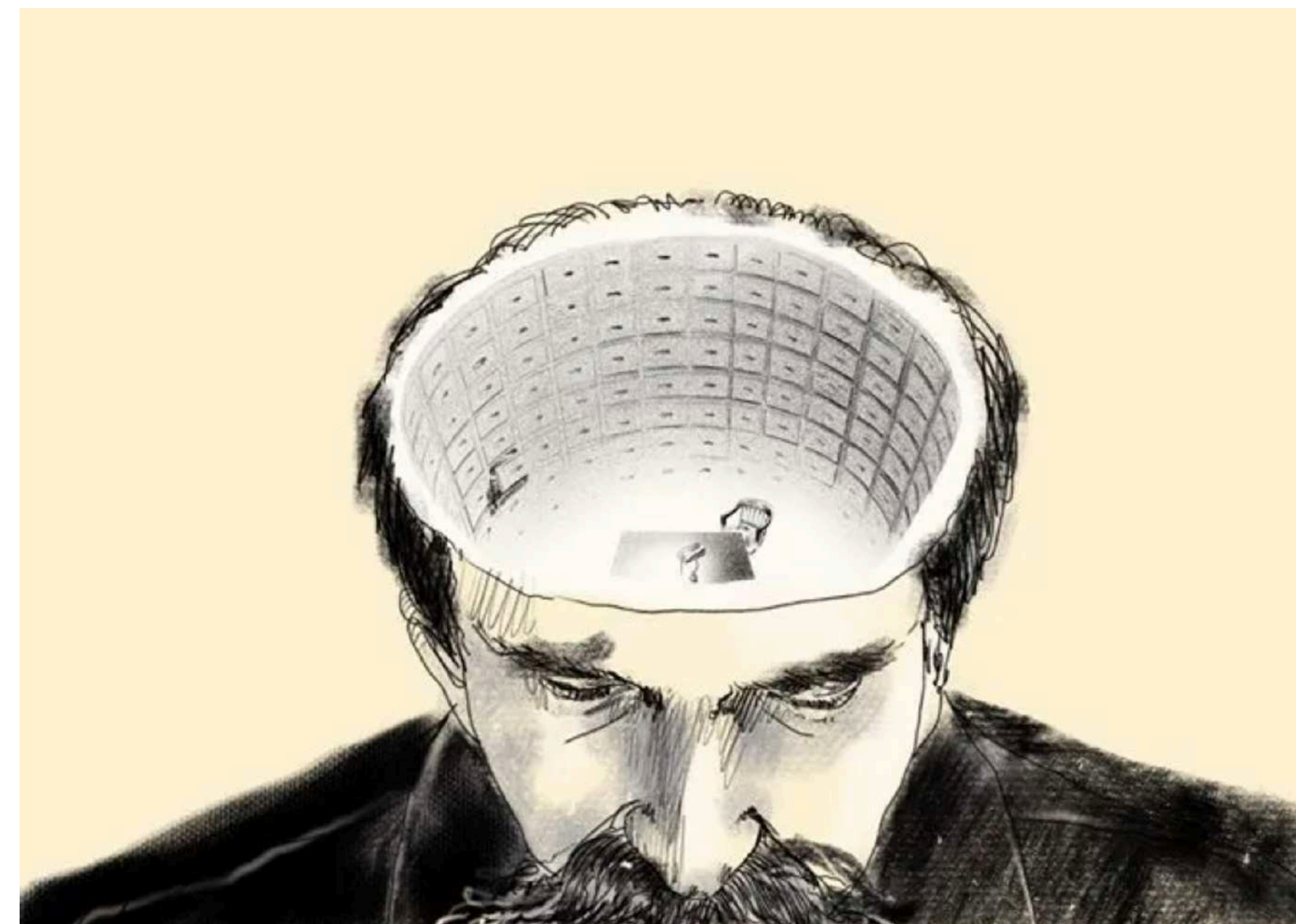
⁶ – Telle que la théorie des souvenirs autobiographiques spécifiques correspondant en effet à la remémoration consciente et détaillée d'un événement unique du passé et caractérisé par un sentiment de reviviscence, et de construction d'une identité.

⁷ – Lire « Souvenirs de l'avenir », de Siri Hustvedt, Éd. Actes Sud 2019.

« OUBLIER POUR SE RAPPELER »

Paradoxalement, l'une des grandes différences qui subsiste actuellement entre la mémoire des ordinateurs et notre mémoire humaine, est que **les ordinateurs n'oublient rien**⁸.

D'après Nietzsche, il est absolument impossible de vivre sans oublier. Victor Mayer-Schonberger, défend aussi l'idée que la mémoire est fondée sur l'oubli, et ce serait de cette manière que nous nous construisons en tant qu'être humain. Le livre écrit par une philosophe historienne, Nicole Loraux, *La cité divisée*, démontre qu'en Grèce Antique on imposait l'oubli de certains événements justement pour pouvoir reconstruire la société sur des bases nouvelles. L'oubli est donc constituant de l'humain et de ce fait, les tours que nous joue la mémoire ne sont pas des mauvais tours, ce sont des tours nécessaires, fondamentaux et fondateurs.



Portrait de Nietzsche par le dessinateur David Ha.

⁸ — Alors que le cerveau artificiel absorbe l'information et l'enregistre sur le champ dans sa mémoire, le cerveau humain continue à traiter l'information longtemps après l'avoir reçue, et la qualité des souvenirs dépend de la façon dont est traitée l'information.

« RESTITUTION »

L'homme a toujours utilisé un support matériel et extérieur à son cerveau afin d'agrandir sa capacité de mémoire et sa capacité de stockage.

Cela a débuté avec les peintures préhistoriques, et la sculpture par la suite. Puis l'invention de l'écriture décuple notre capacité de stockage, nous pouvons écrire sur de multiples surfaces tout en les conservant facilement (la lettre, par exemple). Plus tard, la peinture et la photographie restitueront des souvenirs plus qualitatifs augmentant ainsi la capacité de stockage. Enfin, la création de la cassette audio et vidéo révolutionne notre capacité à se souvenir, puisqu'ils sont d'une netteté extraordinaire n'omettant aucun détail de l'expérience passée.



Roman Kraft, 2016.



Laura Fuhrman, 2018.

Toute la complexité de notre objet d'étude est ici. Aujourd'hui, nous confions notre mémoire aux réceptacles les plus évidents qui restent incontestablement les réseaux sociaux et internet. Dirigés généralement par des multinationales capitalistes, ces « e-souvenirs » sont devenus une source de profit. Deviennent-ils ainsi des technologies de manipulation de nos souvenirs ?

**« LES PLATEFORMES SONT EN TRAIN
D'ALTÉRER LA FAÇON DONT NOUS
EXPÉRIMENTONS NOTRE PASSÉ (...),
DONT NOUS NOUS SOUVENONS
DES CHOSES, INDIVIDUELLEMENT ET
COLLECTIVEMENT. »**
- CONCLUENT DES CHERCHEURS .



« UN ENJEU NOUVEAU »

Aujourd'hui, les créateurs et designers imaginent des plateformes ayant la possibilité d'enregistrer nos souvenirs biologiques et matérielles sous un format numérique, afin de ne plus jamais rien oublier mais aussi de pouvoir effacer, en l'espace d'un instant, des souvenirs trop lourds à porter. C'est ainsi que ce sont créés les «e-souvenirs». Après les albums photos d'antan que les «**digitales immigrants**¹» ont bien connu, la timeline Facebook a pris le relais ainsi que les mémoires Snapchat, ou Instagram, qui nous permettent de retrouver certaines de nos pensées, vieilles de plusieurs années.

Bernard Stiegler pense que notre mémoire individuelle et collective sont devenues la base du business de ces plateformes qui contrôlent notre **exosphère**². Ces plateformes sont rattachées aux **multinationales ultracapitalistes**³. La mémoire, monopole du souvenir, est devenue un enjeu planétaire nouveau pour l'homme. Contrôlée en totalité par les GAFAM, elle devient le business primordial, rapportant le plus d'argent, et conditionnant ainsi tous les autres business.

¹ – Les «immigrants du numérique» sont les personnes qui ont grandi avec les objets analogiques tels que le téléphone fixe ou la télévision, ce qui correspond à une génération née autour des années 1950-70. On les oppose aux enfants du numérique «digitales natives», qui ont été immergés dès leur naissance dans les technologies du numérique.

² – Qui contrôlent des réseaux de satellites.

³ – Surnommé les «GAFAM» (Google, Apple, Facebook, Amazon, et Microsoft), ces «hyperpuissances» de la Silicon Valley domine le marché mondial.

« COMMERCE DE LA NOSTALGIE »

L'externalisation de nos souvenirs a toujours existé, à travers l'écriture notamment. Néanmoins, dans notre ère digitalisée, le souvenir s'est développé au cœur d'une pluralité de stratégies de monétisation.

En effet, la nostalgie est d'abord utilisée comme réveil. Annoncer un anniversaire permettra à une plateforme de repérer les liens qui réagissent, pour Facebook, cela permettra de mettre en avant les posts de ces personnes et des publicités des entreprises plutôt que d'autres, et la connaissance des liens est une valeur marchande. Pour des sites comme Airbnb ou BlaBlaCar, réveiller les souvenirs d'un voyage passé est encore plus efficace. Ce réveil donne envie de refaire le voyage et donc, soit de réserver des services sur la plateforme, soit tout au contraire de proposer des services, par exemple en offrant un covoiturage pour ce trajet. Dans les deux cas, il y a génération du business.

Ici on ne parle que du souvenir faisant agir l'utilisateur par nostalgie, mais il existe bien d'autres stratégies tels que la **force de l'ennui**⁴ et les **formes invisibles du travail des données**⁵. Pour les réseaux sociaux ainsi que les acteurs du web en général, le souvenir est donc à la fois un moyen et un outil pour faire agir l'individu et en retirer, soit des bénéfices, soit l'adhésion de l'individu à sa plateforme, soit son travail volontaire.

⁴ — La force de l'ennui : réveiller la nostalgie, c'est également montrer que le réseau social a changé, c'est donc empêcher que l'ennui se mette en œuvre. Dans le cas où l'internaute agirait, « le client » du site pourrait quitter le site ou l'application, ce qui n'est pas souhaitable pour ces plates-formes dont la valeur boursière, mais aussi sociale, dépend du nombre d'abonnés ou d'inscrits. Cette notion est nommée « churn » ou attrition. Elle a été mise en avant dans le développement de la téléphonie mobile dans les années 1990.

⁵ — Les formes invisibles du travail des données : la nostalgie d'une visite présentée sans détail par une image peut amener quelque temps après des commentaires exploitables sur la beauté des lieux, sur le niveau des prix du service, sur la qualité de l'accueil, sans être obligé de passer par un questionnaire. Parfois, c'est aussi l'occasion de générer un questionnaire comme le fait Tripadvisor ou Maps de Google, et ainsi d'obtenir plus de données. En fait, ces données du passé sont l'objet d'une réaction. Elles ont pour résultat un travail bien souvent gratuit de l'internaute.

« PROTHÈSES MÉMORIELLES »

Ces dernières années, de nombreuses plateformes et fonctionnalités agissant comme des « prothèses » pour nous souvenir, n'ont cessé de se multiplier. Ainsi, il existe aujourd'hui des applications entièrement dédiées à cela.

Nous pouvons prendre l'exemple de **Day One**⁶, une application de journalisation permettant de collectionner des souvenirs et de tenir un journal intime. Nous pouvons organiser nos souvenirs, et créer des rappels pour enregistrer ses souvenirs. C'est de même pour le journal intime virtuel Journey, un « compagnon de vie » proposant de conserver ses souvenirs et de confier sa vie privée, dans un espace sécurisé. Pratique désuète, aujourd'hui la journalisation réapparaît grâce au numérique. Enfin, restent certaines **limites**⁷ à de tels outils.

⁶ – Day One est la première application, la mieux notée dans l'App Store et le Google Play Store. Lancé en 2011, elle reçoit plus de dix millions de téléchargements dès le premier jour.

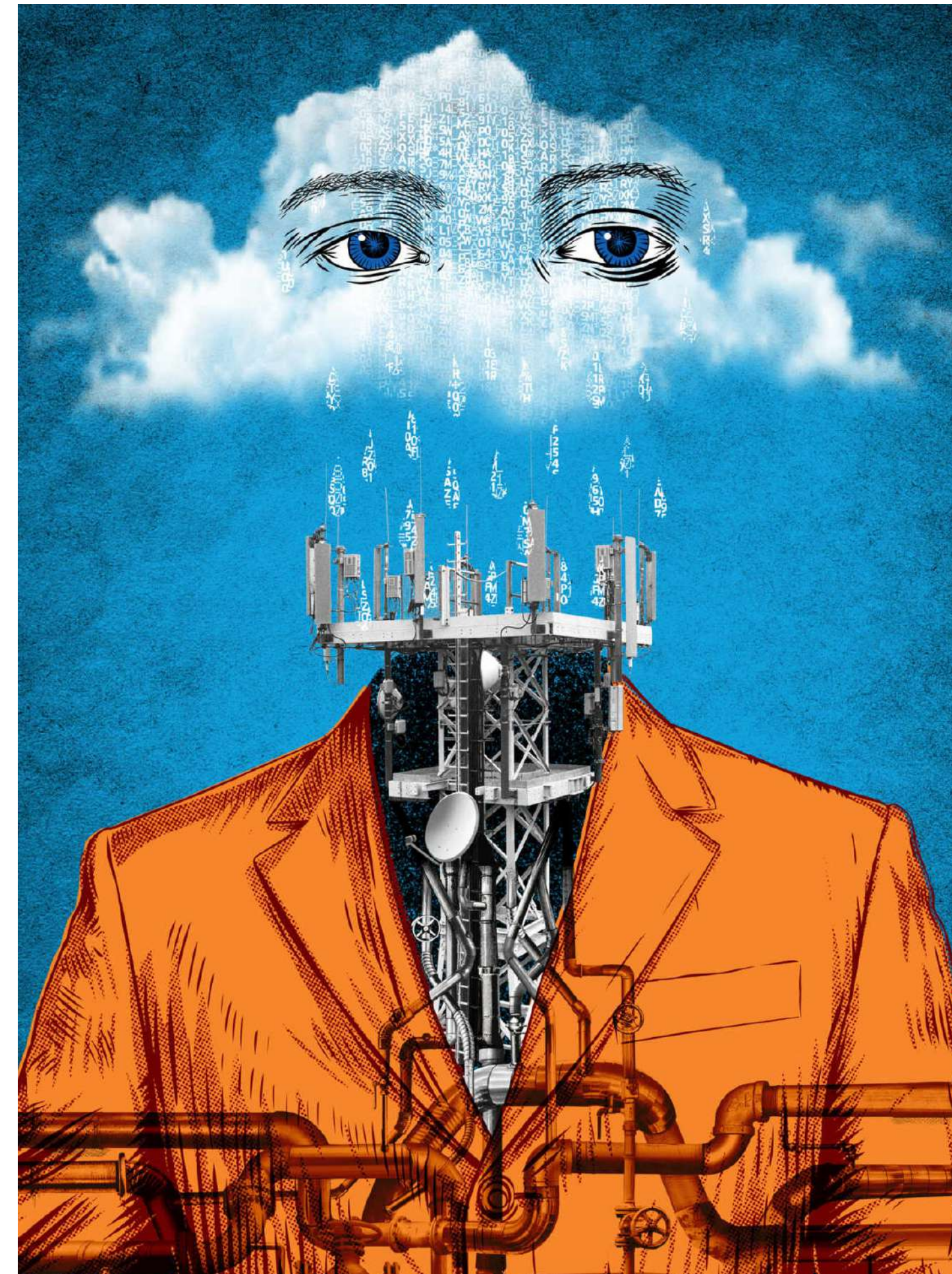
⁷ – Il s'agit de services proposés par des géants du Web comme Google, Microsoft ou Apple, à qui l'on acceptera de transmettre des informations de géolocalisation (dans le cas des rappels et notifications localisées), mais aussi des informations personnelles, et finalement, toute sa vie (sans parler des risques de piratage).

« L'INFLUENCE DES ALGORITHMES »»

Les plateformes peuvent altérer la façon nous expérimentons notre passé, dont nous nous souvenons des choses, individuellement et collectivement.

Dans l'article publié sur **The Conversation**⁸, les chercheurs expliquent que lorsqu'on repartage une ancienne publication, le nombre de « likes » obtenu par ce nouveau post peut affecter le souvenir, et notre ressenti par rapport à lui. Et ce, surtout si la publication ne reçoit pas beaucoup de « likes ». Par ailleurs, partager de tels souvenirs permettraient en quelque sorte de leur redonner de la valeur grâce à l'approbation des choses.

Malgré les enjeux de merchandising cachés derrière ces e-souvenirs, que devient l'expérience du souvenir numérique ? Comment est-elle aujourd'hui re-questionner par les hommes et nos designers ?



Boris Séméniako.

⁸ — « Social media 'likes' change the way we feel about our memories; new research », *The Conversation*, 15 avril 2021.

**« LE NUMÉRIQUE PERMET DE LIRE
LES OEUVRES HUMAINES DE FAÇON
DIFFÉRENTE GRÂCE AUX RESSOURCES
DU NUMÉRIQUE. C'EST UNE
EXPLOITATION DE LA MÉMOIRE
HUMAINE PARTICULIÈREMENT
INTÉRESSANTE. »**
- JEAN-GABRIEL GANASCIA.



« CRÉATION DE L'EXPÉRIENCE ET REPRÉSENTATION DU SOUVENIR »

Avant l'ère du tout numérique, nous vivions plus souvent des expériences naturellement immersives, multi-sensorielles et conscientes. Nous mémorisons ces moments, ces goûts, ces sentiments en complétant, chacun dans nos esprits, un tableau évolutif de l'histoire de nos vies. Aujourd'hui, le numérique nous fait des tours de magie, et va même jusqu'à créer une mémoire sans fin.

Internet englobe le passé (archives), le présent et le futur (blogging, social media). Il encapsule « ici » et « là-bas ». Mais on se questionne encore sur le digital qui pourrait ou non, nous faire vivre le même type de « moments présents » que ceux expérimentés lors d'activités non virtuelles. Le designer peut-il encore promettre que, le **brand content**¹, l'**advergame**², ou encore les animations digitales créées pour toucher leurs publics sont vraiment mémorables et créateurs de valeur ? Peuvent-ils encore marquer un esprit aussi bien qu'un événement de marque ? Peut-être que tout cela est possible, mais peut-être que le virtuel ne saura sans doute jamais atteindre la puissance d'immersions réelles.

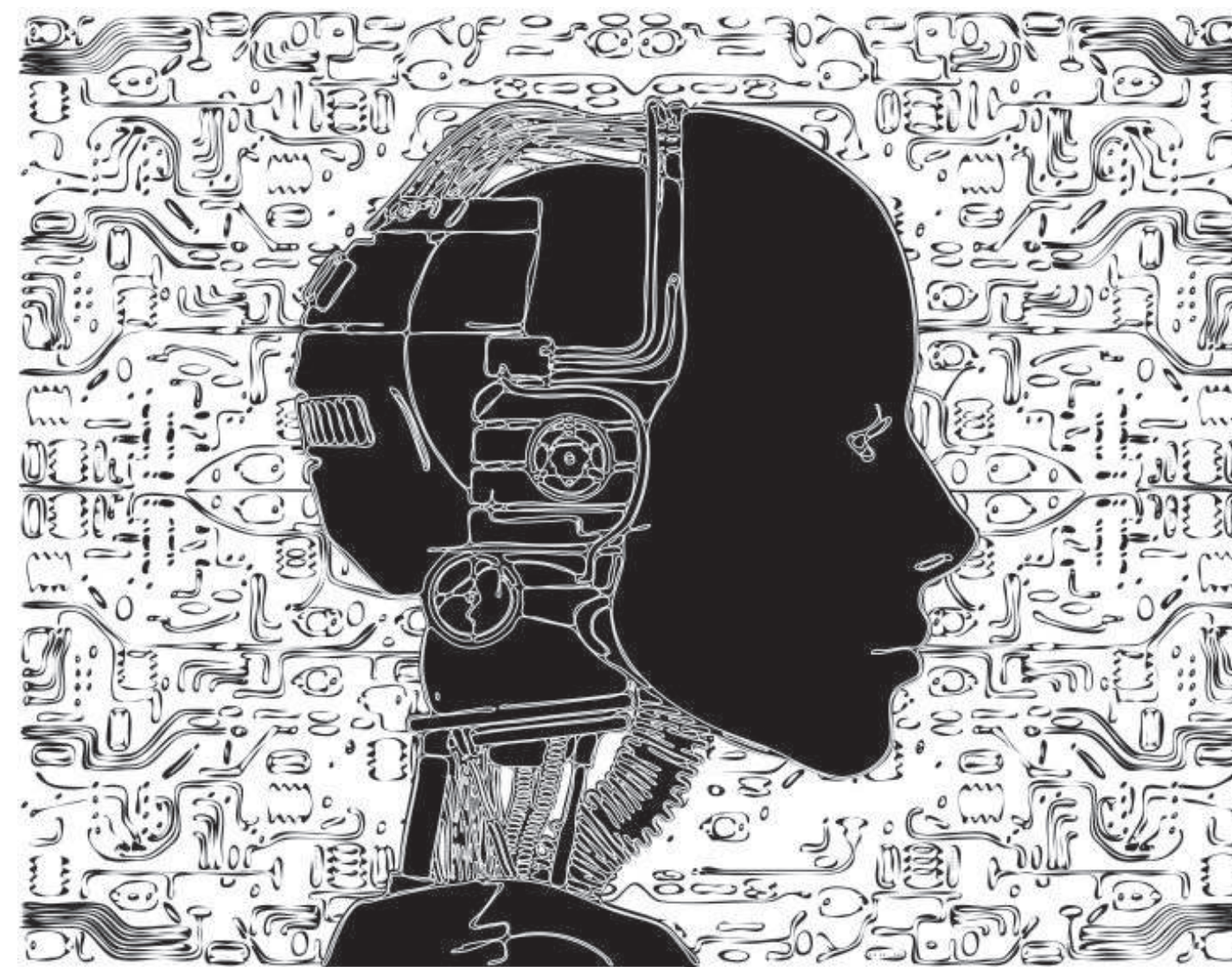


Illustration inspirée de l'œuvre de Salvador Dali, « La Persistance de la Mémoire ».

¹ – Mise en avant de son produit ou de sa marque par le biais d'un "storytelling" et de la création d'un univers à part entière.

² – Jeu vidéo publicitaire qui cherche uniquement à promouvoir l'image d'une marque. Le mot advergame est un néologisme qui vient de la combinaison « d'advertisement » (publicité) et de « game » (jeu).

À présent, le métier de la communication digitale étant ni plus ni moins qu'un rôle d'expérience designer. Les cerveaux décisionnaires du digital doivent désormais être dotés de visions et de compétences à la fois en stratégies, en storytelling, en créativité et en architecture d'écosystèmes de communication. Ils doivent comprendre les **insights**³ humains et s'y adresser avec les ingrédients expérientiels qui font vibrer notre cerveau limbique (émotionnel), puis **reptilien**⁴. Le **transmédia storytelling**⁵ peut en devenir un atout exceptionnel en termes de savoir-faire et de savoir-communiquer pour enregistrer, transmettre, et remémorer nos souvenirs.



³ — Perception par le consommateur d'un problème ou d'un dilemme irrésolu sur une catégorie de produits qui intéresse une marque. Lorsqu'il est identifié et formulé l'insight est une « vérité lumineuse » qui permet à la marque d'adapter son discours et son offre avec le maximum de chance d'être accepté par le consommateur. En psychologie, un insight est la découverte soudaine de la solution à un problème sans passer par une série d'essais-erreurs progressifs.

⁴ — Cerveau ancestral et archaïque, le cerveau reptilien gère les besoins fondamentaux et la régulation des fonctions vitales de l'organisme : respiration ; température corporelle ; alimentation ; reproduction ; fréquence cardiaque. Aussi appelé cerveau « primitif », du fait de son existence chez les êtres vivants (poissons) depuis plus de 500 millions d'années, c'est le cerveau responsable de l'instinct de survie, déclenchant des réactions comme la fuite ou l'agressivité, les pulsions, l'instinct de reproduction en vue de la conservation de l'espèce. Le cerveau reptilien s'est ensuite développé chez les amphibiens et a atteint son stade le plus avancé chez les reptiles, il y a environ 250 millions d'années.

⁵ — Le transmédia storytelling est la pratique qui consiste à développer un contenu narratif (œuvres de fiction ou documentaires et produits de divertissement) sur plusieurs médias, en différenciant le contenu développé et les capacités d'interaction en fonction des spécificités de chaque média. L'univers développé est le même, mais les histoires et les plateformes sont différentes.

« MÉDIAS IMAGINAIRES ET PREDICTIONS »

Cependant, cette mémoire sans fin est régulièrement questionnée depuis la fin du XXe siècle, dans les fictions audiovisuelles occidentales mettant en scène une panoplie de technologies de manipulation des souvenirs et de la mémoire personnelle, avec des « machines de mémoire totale ».

Travaillant fantasmes, désirs et **inquiétudes**⁶, les personnages de ces fictions adoptent en ce sens une pratique d'**hyperlifelogging**⁷. Concept extrémiste d'enregistrement total de la mémoire, il existe dans notre ère actuelle, des milliers de plateformes de lifelogging. Prenons l'exemple des **Google Glass**⁸, diffusées en 2014, c'est une paire de lunettes couplée à la réalité augmentée. Elles possèdent plusieurs fonctions, dont une permettant d'enregistrer la vidéo et l'audio de tout ce qui se passe dans la journée de l'utilisateur, et donc tout ce qui l'entoure. On peut aussi prendre l'exemple du gadget autonome CubeSensors un capteur environnemental connecté pouvant répondre au besoin d'enregistrer des souvenirs biologiques des mémoires auditives, olfactives, et corporelles.

« The Camera is God », photographies de Trent Parke, 2015.



⁶ — Dans certains récits, des machines permettraient copier l'entièreté de la mémoire d'un individu en vue d'une réincarnation post-mortem. Souvent mises au point par des laboratoires rattachés à des multinationales ultracapitalistes, les nombreuses machines imaginées sont mises en circulation dans des marchés légaux aussi bien qu'illégaux. Certaines sont encore en développement et présentent des risques, quand d'autres ont été fabriquées dans le sous-sol de savants fous ou sont le fruit du pur hasard. Les créatrices et créateurs des productions science-fictionnelles ont ainsi donné forme à de multiples technologies de « mémoire totale ».

⁷ — C'est l'expérience du chercheur Gordon Bell et le futur qu'il nous prédit. Pionnier de l'information et chercheur chez Microsoft, un concept qu'il a nommé « lifelogging » va révolutionner l'humain et permettre d'établir une mémoire commune tangible. Le « lifelog » désigne le fait d'enregistrer et d'archiver toutes les informations de sa vie. Le concept est né avec l'idée de porter un gadget ou un ordinateur qui enregistre ou capture de gros morceaux (sinon chaque moment) de la vie quotidienne d'une personne. Une des formes les plus communes de lifelogging que nous connaissons aujourd'hui est celle utilisée dans le sport. Des gadgets comme le Jawbone UP (pionnier des objets connectés) ou encore l'Apple Watch qui compte la distance parcourue, les escaliers et les calories brûlées.

⁸ — Le projet Google Glass, ou Project Glass prend forme au Google X Lab, une filiale d'Alphabet Inc, maison mère de Google, et où les ingénieurs concentrent leurs travaux sur des innovations de rupture en lien avec la robotique et l'intelligence artificielle, dans une atmosphère semi-secrète.

Au regard de la technoscience et des études sur l'évolution des technologies, on remarque que ces machines « imaginaires » créent la possibilité de « copier » et de « transférer » les souvenirs d'un individu sur un support externe, et même jusqu'à une **cyberconversion**⁹, c'est à dire, les transférer dans le corps d'un autre. Nous pouvons confronter ces machines fictionnels aux personnes **hypermnésique**¹⁰, car elles caractérisent cette capacité de stockage presque totale. En effet, elles peuvent se remémorer des souvenirs très précis et détaillés de ce qu'elles ont vécu. Finalement, les machines sont-elles un **leurre**¹¹ pour nos souvenirs ?



⁹ — C'est le phénomène de cyberconversion, usage thérapeutique des machines de mémoire (également très présent dans les récits fictionnels) le transfert de mémoire d'un corps à un autre.

¹⁰ — Le terme d'hypermnésique définit une personne présentant une mémoire exceptionnelle, en ce sens qu'elle a une capacité véritablement inhabituelle de retenir des informations, se traduisant par la possibilité de pouvoir restituer avec exactitude et détails des événements passés. Ces souvenirs peuvent remonter très loin, au delà de l'âge où l'être humain est censé avoir ses premiers souvenirs (c'est à dire 4 ans environ).

¹¹ — Cette capacité de stockage de mémoire totale soulève des questions éthiques sur nos souvenirs et nos facultés cognitives. En effet, ces technologies peuvent être au service d'une fabrication totale des faits, devenant ainsi un leurre pour nos souvenirs. C'est le principe des « fakes news », des machines pouvant nous tromper, et ainsi transformer et/ou fabriquer de fausses images.

AVEC LE TEMPS ...

Si certains chercheurs pensent que nous devenons des « digital-soul », dans sa dimension mémorielle, il est certain que c'est le numérique qui nous amène à vivre dans l'illusion d'un temps désormais maîtrisée, où rien ne serait plus jamais oublié, effacé, perdu.

Notre rapport aux souvenirs évolue étant donné que la **qualité**¹ de ceux-ci évolue . Ces e-souvenirs deviennent alors des puissances particulièrement fragiles, car il y a un déséquilibre entre nos souvenirs biologiques, et nos souvenirs numériques. Ces « e-souvenirs » pouvant prendre le dessus sur nos souvenirs biologiques, doivent être ainsi mesurer selon les conséquences de ces évolutions.

Restent, finalement, des questions plus éthiques telles que notre dépendance à ces e-souvenirs, pour les déléguer et les archiver à des plateformes en ligne que nous ne contrôlons pas. Mais aussi les limites de la fusion homme/machine, car, à partir du moment où l'on délocalise notre mémoire interne, elle provoque ainsi une déperdition de la mémoire et de nos souvenirs. Les designers qui mènent ces intelligences artificielles, ont donc le rôle et l'enjeu de réactiver cette mémoire. Paradoxalement, y aura-t-il un retour en arrière ? À l'époque où nos seuls supports d'enregistrement de nos souvenirs étaient nos esprits ?

¹ – *Souvenirs très précis et détaillés de ce que les individus ont vécu.*

**« ... ET JE ME SUIS DEMANDÉ
SI UN SOUVENIR, C'EST QUELQUE CHOSE
QUE L'ON A, OU BIEN QUELQUE CHOSE
QUE L'ON A PERDU. »**
- WOODY ALLEN, 1988.

REMERCIEMENTS

Un grand merci à nos professeurs référents **Delphine Mille**, **Xavier Nivet** ainsi que **François Jeandenand** pour leur suivi enrichissant, et qui ont su guider ma réflexion.

À **Sandrine Descombes** pour la relecture de ce mémoire.

À **mes compagnons de classe**, pour leur soutien continu.

À **mes proches** pour leur soutien émotionnel lors des périodes de grande incertitude.

VISIONNÉS ET ÉCOUTÉS

Conférence – [EN LIGNE] La mémoire du futur aux prises avec les mémoires numériques, avec EUSTACHE Francis, GANASCIA Jean-Gabriel, STIEGLER Bernard, RAUCHS Géraldine, dans le cadre de la Fête de la science 2018.

Podcast – [EN LIGNE] Que devient notre mémoire ?, avec GANASCIA Jean-Gabriel, EUSTACHE Francis, et LALO Vanessa, émission Le Meilleur des Mondes par SALTIEL François, France Culture, 2021.

Podcast – [EN LIGNE] Épisode 2 : Des livres aux ordinateurs, où stocker nos souvenirs ?, par LAGUES Michel, série L'oubli de l'émission Les Chemins de la Philosophie par Adèle Van Reeth et Géraldine Mosna-Savoie.

LUS

Essai – **Psychologie de la mémoire - Histoire, Théories, Expériences**, de LIEURY Alain, Édition Dunod, 2005.

Essai – **Internet rend-il bête ?**, CARR Nicholas, Édition Robert Laffont, 2010.

Livre – **Mémoire totale ; Hypermnésiques, pourquoi sont-ils des surdoués de la mémoire?**, PORTICHE Roland et GERKENS Danièle, Édition Stock, 2018.

Essai – **Petite Poucette**, SERRES Michel, Édition Le Pommier, 2012

Article – «**De la génération 1.0 à la génération 3.0, les digital natives en action**» de MOATTI Daniel ; **Les communs de la connaissance**, InterCDI 261, 2016.

Essai – **La technique et le temps : 1. La faute d'Épiméthée**; STIEGLER Bernard, 1ère éd. Paris : Galilée, 1994.

Ouvrage collectif – **Communiquer ; Transmettre** / DAGOGNET François, DEBRAY Régis, BOUGNOUX Daniel, NORA Pierre, JEANNERET Yves, LECA RME Jacques, KRIEGEL Blandine, VALLET Odon, ABEL Olivier, DE LA BROSSE Olivier, HOOG Anne-Hélène, SACHOT Maurice, GUILLAUME Marc, FRAU-MEIGS Divina, HUYGHEF François-Bernard, DOUPLITZKY Karine, PALMER Michael, SORIANO Paul, MELOT Michel, SICARD Monique, DE BAECQUE Antoine, BAZIN Patrick, MERZEAU Louise, DAMIEN Robert, BERTHO LAVENIR Catherine, PERRIAULT Jacques, BILLARD Jacques, COQ Guy; CHAPELAIN Brigitte, PENA-RUIZ Henri, et TISSERON Serge, Paris : Gallimard, 2001. (Les cahiers de mediologie T.11)



CONSULTÉS

Article – [EN LIGNE] «L'avenir des souvenirs» de GOLSE Bernard, dans *La mémoire nous joue-t-elle des tours ?* Sous la direction de FRYDMAN René et FLIS-TRÈVES Muriel, 2018.

Site web – [EN LIGNE] Encyclopédie de médias imaginaires : machines de mémoire totale, CACCAMO Emmanuelle, 2020.

Article – [EN LIGNE] Quels souvenirs nous prépare le digital?, DE BLANZY Adrien, 2013.

Article – [EN LIGNE] Voulons-nous vraiment d'une mémoire parfaite ?, SELINGER Evan, traduit de *Future Tense*, une collaboration entre l'Université d'Etat de l'Arizona, la fondation Nouvelle Amérique et Slate.com, 2021.

Article – [EN LIGNE] Comment les réseaux sociaux font commerce de la nostalgie, SALGUES Bruno, *The conversation*, 2019.

Article – [EN LIGNE] Pourra-t-on un jour stocker nos souvenirs pour les revivre?, WALDER Marie-Jo, 20 minutes, 2016.

Article – [EN LIGNE] Comment le numérique révolutionne notre manière de penser, LABALETTE Gauthier, *Harvard Business Review*, 2018.

Article – [EN LIGNE] Les paradoxes de la mémoire numérique, MERZEAU Louise, *InterCDI* 244 numéro spécial, 2013.

Article – [EN LIGNE] Comment transmettre ? Pourquoi apprendre ? Récit de Marcel Gauchet, par PERRAULT Guillaume, *Le Figaro*, 2014.

Article – [EN LIGNE] «L'effet GAFAM : stratégies et logiques de l'oligopole de l'internet» dans *Communication et langages*, SMYRNAIOS Nikos, 2016.



REVENIR AU DÉBUT

