

Havens, J. C. (2014). *Hacking H(app)iness¹. Why your personal data counts and how tracking it can change the world*. New York. NY : Tarcher/Penguin. www.happathon.com

Alice, 15 ans, et son ami de cœur Zak, du même âge, échangent constamment des messages sur les médias sociaux. Un soir, Zak fait des compliments à Alice, lui dit qu'il la trouve belle et qu'il aimerait bien voir ses seins. Il insiste. Alice cède, enlève son chandail et son soutien-gorge... Zak garde la photo et, fier de son succès, s'empresse de l'envoyer à trois de ses copains. Le lendemain matin, à peu près toute l'école a vu la photo d'Alice et celle-ci se fait traiter de « pute »!

Cette anecdote (qui n'est pas de l'auteur) illustre le problème de la diffusion des données personnelles sur les médias sociaux. Elles sont dispersées et souvent vendues sans le consentement des intéressés. Aussi, Havens recommande-t-il de « contrôler » nos données personnelles. De plus, il suggère de ne pas garder une attitude défensive, mais d'adopter une approche proactive, en utilisant la rétroaction que fournissent les nombreuses « applications » (installées dans notre téléphone cellulaire, par exemple) pour prendre de bonnes décisions, bien gérer notre vie, augmenter notre bonheur et celui des autres.

L'AUTEUR

John C. Havens, mi-quarantaine, se définit comme un expert dans le domaine des nouvelles technologies. Il est consultant pour de grandes firmes, comme Gillette, HP et Merk. Il les aide à comprendre comment elles sont perçues en ligne et à établir de bonnes relations avec leur clientèle.

En apercevant à l'écran son « score Klout² » (son « soi digital »), Havens a été fort déçu par « la mesure de sa vie » : il n'avait pas la popularité attendue. Ce choc fut l'occasion d'une prise de conscience. Désormais, il voudrait exercer « un impact », poser des actions qui aideraient autrui et lui procureraient « un bonheur authentique ». Cette « épiphanie », selon son expression, fut le déclencheur de la rédaction de *Hacking H(app)iness* et de la création du *H(app)athon Project*, dont nous reparlerons.

-
1. Le *Hacking* dont il est question ici ne se rapporte nullement au cybercrime; il implique plutôt une révision d'idées anciennes en vue de « découvertes positives ». L'auteur considère les nouvelles technologies comme des instruments utiles pour « saisir » ou « s'emparer » de son bonheur. Le « app » de *H(app)iness* réfère aux « applications » des technologies, applications nombreuses que peuvent offrir, par exemple, les téléphones intelligents.
 2. Klout donne un score d'influence ou de popularité basé sur les tweets et les messages sur Facebook ainsi que sur l'importance de l'auditoire de quelqu'un.

Pour la rédaction du présent ouvrage, Havens a effectué 40 entrevues avec des leaders des grandes corporations du monde digital, s'est basé sur ses propres articles publiés dans *Mashable*¹ et sur de nombreux ouvrages cités dans les 250 notes regroupées à la fin. Bien informé des dangers des nouvelles technologies, mais ouvert aux possibilités qu'elles offrent, Havens se propose – dans sa carrière comme dans ce livre – d'aider les gens à utiliser ces technologies à bon escient pour l'amélioration de leur vie et l'augmentation de leur niveau de bonheur.

LE CONTENU

Hacking H(app)iness compte 20 chapitres regroupés en trois sections.

Section I – Être responsable. Identité et mesure dans un monde interconnecté

Je veux que tous les bénéfices que nous apportent les nouvelles technologies ne soient pas au détriment de notre vie privée et de notre liberté personnelle (Alan Franken, sénateur démocrate du Minnesota et président du Comité sénatorial *Privacy, Technology and Law*. Entrevue avec l'auteur, le 26 avril 2013).

Pour vivre « une vie réfléchie », selon le conseil de Socrate, il faut comprendre comment nous sommes représentés dans le monde digital. Les technologies variées, les capteurs omniprésents (dans les téléphones cellulaires, les voitures, les maisons et les rues), ce qu'on appelle « l'Internet des choses² », accumulent beaucoup de données (*Big Data*) dans le « nuage » (*cloud*). Dans notre monde interconnecté, nos données personnelles sont collectées, diffusées, vendues par des agents (*data brokers*) à des entreprises de publicité, notamment, ou aux gouvernements. D'où l'importance de contrôler nos données, d'en être responsable pour conserver notre vie privée, mais aussi pour les utiliser en vue de monitorer certains de nos comportements (relatifs à la santé, par exemple). Parmi les nombreuses applications possibles, Havens signale les agences de rencontre (comme *eHarmony*), certaines techniques thérapeutiques dites « mobiles » (Morris *et al.*, 2010; Burns *et al.*, 2011), l'interaction avec un robot (projet *Blabdroïd* de Alex Reben; entrevue avec l'auteur, le 3 avril 2013), des utilisations dans le monde du travail et dans le domaine des soins (Sarasohn-Kahn, 2013) ainsi que la numérisation affective pour « identifier, quantifier, monitorer et possiblement stimuler

-
1. *Mashable* est un blogue d'information fondé par Pete Cashmore en 2005. Le site se concentre sur les actualités relatives aux médias sociaux, mais aussi sur la téléphonie mobile, les vidéos en ligne, le monde des affaires et les technologies en général. *Mashable* est considéré (par Wikipédia) comme l'un des plus importants sites au monde à cause du grand nombre de ceux qui le fréquentent.
 2. Havens rapporte (p. 72) que des spécialistes considèrent « l'Internet des choses » parmi les dix technologies qui ont connu le plus d'expansion en 2013.

des états affectifs » (K. Haughton, entrevue avec l'auteur, le 27 juillet 2013). Menacée, la vie privée n'est pas morte, mais elle commande que nous soyons responsables et proactifs dans un monde interconnecté.

Thèmes des chapitres de cette section : l'identité digitale, la réputation, la gestion de son identité personnelle, les capteurs mobiles, le « soi quantifié », l'Internet des choses, l'intelligence artificielle (robotique).

Section II – Être fournisseur (non pas consommateur). Diffusion de la valeur dans l'économie des données personnelles

Des gens font de l'argent avec vos données personnelles et votre identité sans même que vous le sachiez (Havens, p. 87).

Havens considère que nous sommes trop « complaisants » à l'endroit de ceux qui collectent et utilisent nos données personnelles. Il faut cesser, conseille-t-il, d'être consommateurs et devenir fournisseurs ou gestionnaires des informations qui touchent notre vie privée. C'est d'autant plus important que les entreprises de ce domaine ne nous demandent pas la permission pour collecter nos données personnelles : ils procèdent et c'est à nous de faire la démarche pour nous désengager ou en sortir (*opting out*). De plus, le marché des *Big Data* se développe rapidement. Selon Gantz et Reinsel (2012), le monde digital atteindra 40 zygabytes en 2020, ce qui équivaut à 57 fois le nombre de grains de sable de toutes les plages du monde! Pourtant, les apports des nouvelles technologies digitales sont nombreux et peuvent être fort utiles dans tous les domaines : les interventions chirurgicales, le travail à la chaîne, la qualité de la vie des communautés, l'amélioration de la vie des producteurs de café, la protection de l'environnement, le monitoring de notre comportement alimentaire, etc. Il s'agit d'être proactifs, créateurs et cesser d'être passifs et consommateurs, ce dernier terme étant associé à des caractéristiques individuelles négatives (Bodenhausen, Bauer, Wilkie & Kim, 2012).

Thèmes des chapitres de cette section : les *Big Data*, l'*Augmented Reality*, la monnaie virtuelle, le commerce équitable, de consommateurs à créateurs.

Section III – Être proactif. Promouvoir le bien-être personnel et public

Havens n'est pas psychologue, mais il est informé des nouveaux développements de la psychologie positive. Aussi, signale-t-il l'importance de la considération, de l'expérience optimale (*flow*), de la compassion, de l'altruisme, bref de « l'économie du bonheur ». En ce sens, il a créé le *H(app)athon Project* en vue de faire la promotion du bonheur individuel et public, ce qui se situe dans le prolongement et l'application des idées promues par la psychologie positive (voir l'Encadré 1). L'auteur fait donc la

Encadré 1

Le projet H(app)thon (www.happathon.com)

- + L'incitatif de départ : l'importance trop grande accordée au PNB et à l'argent.
 - + Leçon de la science du bonheur : le véritable bonheur à long terme dépend beaucoup moins de l'argent que d'activités qui procurent l'expérience optimale (*flow*) et qui aident autrui.
 - + Le comment? « Connecter le bonheur à l'action » pour augmenter le bien-être des gens dans une atmosphère d'engagement civique transparente. L'application *Happathon* gratuite (sur tout téléphone intelligent) haussera la dignité des gens en leur permettant de découvrir et d'utiliser leurs forces, ce qui augmente le bonheur et change le monde.
 - + L'application et ses possibilités. L'application gratuite sert à mesurer le bien-être et les actions de chacun grâce à des capteurs incrustés dans le téléphone cellulaire. Il en ressort un indicateur personnel de bonheur (IPB) qui n'est pas basé seulement sur la richesse, mais sur un ensemble d'indices. Puisque la science indique que l'aide à autrui augmente le bonheur, nous offrons un ensemble de possibilités de le faire correspondant à l'identité (digitale) de chacun.
 - + Les ateliers de formation. Des ateliers portant sur les aspects économiques, sur la science du bonheur et sur les technologies émergentes sont offerts gratuitement, plusieurs ayant déjà été donnés à travers le monde.
 - + La direction et la visibilité. Le groupe est conseillé par des experts œuvrant pour des institutions internationales ou des universités. Nous connaissons déjà une certaine visibilité, ayant fait l'objet de reportage dans *USA Today*, *Forbes*, la BBC, *Mashable*, etc.
 - + La prochaine étape. Nous voulons créer un algorithme qui mariera les possibilités d'action et les habiletés de chacun, ce qui devrait élever encore le score IPB et améliorer le monde. (Havens, p. 180-184).
-

promotion de la poursuite du bonheur qui va au-delà de l'argent et du produit national brut (PNB). Il cite Robert Kennedy dans son fameux discours à l'Université du Kansas, en 1968 : « Le PNB mesure tout, sauf ce qui donne du sens à la vie ». D'ailleurs, de nombreuses initiatives ont été entreprises pour trouver des mesures du bien-être qui seraient plus appropriées¹ que le PNB. Ces mesures cumulent plusieurs indices reflétant la qualité de vie ou le bien-être des gens, quoique dans les grandes enquêtes on se limite souvent à une seule question sur le bien-être subjectif, une mesure simple et utile, selon J. Hall (conseillé auprès de l'OCDE; entrevue avec l'auteur, le 17 juillet 2013).

Les thèmes des chapitres de cette section : la considération, la psychologie positive, l'expérience optimale (*flow*), l'altruisme, l'économie du bonheur, le bonheur et la pleine conscience, au-delà du PNB.

Le chapitre 20 présente une synthèse d'un livre chargé d'informations. Il reprend le titre du livre, *Hacking H(app)iness* (s'emparer du bonheur).

1. Un bel exemple de cette série d'initiatives en vue de mesurer plus adéquatement le bien-être des populations est la rencontre de scientifiques de haut niveau au Bhutan, le 2 avril 2012 : *Wellbeing and Happiness : Defining a New Economic Paradigm* (voir l'exposé du premier ministre du pays : www.cabinet.gov.bt/?p=737).

Le « cœur » du livre : 1) nos données personnelles doivent rester personnelles; 2) le bonheur peut être quantifié et augmenté; 3) l'économie du bonheur redéfinit la richesse.

Les « bénéfiques » associés à la lecture de l'ouvrage : 1) faire des choix informés; 2) faire des découvertes joyeuses; 3) utiliser la monnaie des relations humaines.

Dans le contexte des nouvelles technologies, Havens encourage le lecteur à 1) être responsable de ses données personnelles; 2) être fournisseur au lieu de consommateur; 3) être proactif dans l'utilisation de la rétroaction fournie par les technologies en vue de mieux monitorer son comportement.

Trois « messages » à retenir : 1) mes données personnelles circulent puisque nous vivons dans un monde interconnecté; 2) en quantifiant notre vie, nous pouvons améliorer/optimiser notre bonheur; 3) en utilisant nos habiletés (nos forces) pour aider les autres, le monde entier deviendra plus heureux.

APPRÉCIATION

La première lecture m'a donné l'impression d'un ouvrage touffu dans lequel sont fournies de nombreuses informations au moyen d'un vocabulaire technique plutôt rébarbatif. Informations qui ne sont pas toujours intégrées et insuffisamment reliées au thème central, le bonheur personnel et public. C'est probablement pour cette raison que l'auteur – possiblement à la suggestion de l'éditeur – a rédigé une longue introduction que je suggère d'aborder après la lecture des chapitres. À la deuxième lecture, l'information est devenue plus claire, le vocabulaire plus familier et les liens suggérés mieux saisis. Apparaissent alors la nécessité et l'importance du contrôle de nos données personnelles, mais surtout la possibilité de recueillir beaucoup d'informations sur nous-mêmes en vue d'une meilleure prise de décision, d'un meilleur monitoring de certains comportements, d'une meilleure gestion de notre vie et d'être mieux habilités pour « s'emparer » du bonheur. L'ouvrage en vaut vraiment la peine, car il nous ouvre sur une foule d'applications des nouvelles technologies dans les différents domaines de la vie.

Le lecteur bien informé au sujet des nouvelles technologies digitales apprendra fort peu de choses dans *Hacking H(app)iness*. Cependant, le lecteur cultivé, le psychologue « ordinaire » et l'étudiant avancé trouveront des informations impressionnantes en quantité et en qualité. Pour sa part, le chercheur pourra mieux aiguïser ses projets en y intégrant l'usage de technologies qui évitent les biais inhérents aux questionnaires et fournissent des données plus objectives.

Enfin, Havens suggère plusieurs références qui peuvent être utiles pour protéger nos données personnelles et profiter des possibilités offertes par les nouvelles technologies. En voici quelques-unes : Bollier (2013); Federal Trade Commission, É.-U. (2012); Heuer et Tranberg (2013) ainsi que le site quantifiedself.com.

Plus qu'à tout autre moment de l'histoire de l'humanité, nous avons accès à une montagne de données à propos de nous-mêmes. *Hacking H(app)iness* est le premier ouvrage qui nous montre comment bien utiliser cette information comme une route vers le bonheur plutôt que comme une source de malheur (Adam Grant, auteur du succès *Give and take* (2013), chez Penguin. Quatrième de couverture).

RÉFÉRENCES

- Bodenhausen, G., Bauer, M., Wilkie, J., & Kim, J. (2012). *Consumerism and its antisocial effects can be turned on-or off*. Washington, DC : Association of Psychological Science. Repéré à <http://www.psychologicalscience.org/index.php/news/releases/consumerism-and-its-antisocial-effects-can-be-turned-on-or-off.html>
- Bollier, D. (2013). *Power-curve society : the future of innovation, opportunity and social equity in the emerging networked economy*. Washington, DC : Aspen Institute Communication and Society Program. Repéré à <http://www.aspeninstitute.org/policy-work/communications-society/power-curve-society-future-innovation-opportunity-social-equity>
- Burns, M., Begale, M., Duffecy, J., Gergle, D., Karr, K., Giangrande, E, *et al.* (2011). Harnessing context sensing to develop a mobile intervention for depression. *Journal of Medical Internet Research*, 13(3). Repéré à <http://www.jmir.org/2011/3/e55/>
- Federal Trade Commission (2012). *Protecting consumer privacy in a era of rapid change*. Washington, DC : Federal Trade Commission. Repéré à <https://www.ftc.gov/reports/protecting-consumer-privacy-era-rapid-change-recommendations-businesses-policymakers>
- Gantz, J., & Reinsel, D. (2012). *The digital universe in 2020*. International Data Corporation. Repéré à <http://www.emc.com/collateral/analyst-reports/idc-the-digital-universe-in-2020.pdf>
- Heuer, S. & Tranberg, P. (2013). *Fake it! Your guide to digital self-defense* (e-book). Amazon Digital Services.
- Morris, M., Kathawala, Q., Leen, T., Gorestein, E., Guilak, F., Laghard, M., *et al.* (2010). Mobile therapy : case study evaluation of cell phone application for emotional self-awareness. *Journal of Medical Internet Research*, 12(2).
- Sarason-Kahn, J. (2013). *Making sens of sensors : how new technologies can change patient care*. Sacramento, CA : California Health Care Association. Repéré à <http://www.chcf.org/publications/2013/02/making-sense-sensors>

Léandre Bouffard¹
Université de Sherbrooke

1. L'auteur peut être contacté par courriel : leandrebouffard1939@yahoo.ca