

<http://www.apden.org/De-l-identite-numerique-a-l.html>



De l'identité numérique à l'individu transmédia

- Menu central
- Réflexion professionnelle
- Apports de la recherche
- Mediadoc



Date de mise en ligne : dimanche 4 janvier 2015

Par Julien PIERRE, Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, laboratoire GRESEC, Université de Grenoble.

RESUME

L'identité numérique est un concept en sciences sociales permettant de questionner les relations interindividuelles médiatisées par ordinateur, et faisant l'objet de stratégies économiques. De manière générale, la présentation de soi emprunte des processus narratifs. Le mode éditorial des services web permet de construire une identité narrative. Ce mode est d'ailleurs un enjeu concurrentiel entre des acteurs comme Facebook et Google. Mais en réalité, les adolescents conduisent leur socialisation à travers une multiplicité de plateformes et appareils (réseaux socionumériques, téléphones mobiles, applications de conversation privée, etc.). Nous proposons alors de parler d'une part d'individu transmédia, à la manière de ces contenus fictionnels distribués par les grands studios de l'audiovisuel à travers plusieurs médias. Cependant, les usages transmédia des adolescents restent maladroits, et à l'aune des enjeux que cela implique, il est nécessaire d'accompagner leur pratique avec un véritable programme éducatif.

ABSTRACT

Digital identity is a concept in social sciences that is questioning computer-mediated relationships and economic strategies. The presentation of self borrows some storytelling processes. The editorial mode of web services helps to build a narrative identity : it has even become a competitive argument between Facebook, Google and other actors. In fact, teenagers partly drive their socialization via many digital devices and apparatus (social network sites, mobile app, chatroom, instant messaging and so on). So, we propose to talk about transmedia identity, like those newly narrative universes distributed among medias. But the teenagers' digital uses are quite awkward, and require education. Faced with these stakes, School and public institutions must shape a strong digital transliteracy.

Introduction

Le concept d'« identité numérique » a germé il y a plus de dix ans, à travers la création puis l'analyse d'avatars comme le Ginger Bombyx de Fanny Georges (entre 2001 et 2003 : Georges, 2009). À la suite des succès qu'ont connus les plateformes créatives (univers immersifs), ludiques (jeux en ligne massivement multijoueurs) et narratives (blogs), l'adoption des premiers sites de socialisation a invité à poursuivre une démarche scientifique sur les pratiques et enjeux de la représentation de soi et des interactions sociales en ligne. Le n°154 de la revue Réseaux dresse un état de l'art des pratiques et des plateformes en 2009 ; en 2010, le n°47 de la revue *Documentaliste - Sciences de l'information* est consacré au concept de « présence numérique » sur lequel nous reviendrons ; enfin en 2011, « l'identité numérique » est le titre de la revue *Les Cahiers du numérique* (vol. 7, n°1), inscrivant plus encore le concept dans la communauté scientifique.

En tant que concept, « l'identité numérique » interroge le rapport entre le social et le technique dans un contexte économique et politique marqué par de forts jeux de pouvoir. Il permet d'aborder des pratiques tendant à se banaliser, entre autres chez les jeunes, qui opèrent une partie de leur socialisation dans des interfaces techniques, mais également chez les adultes qui cherchent à encadrer les pratiques de leurs enfants, ou encore chez les professionnels, qui intègrent leur identité numérique dans leur plan de carrière, et enfin chez les citoyens, qui

interrogent le traitement qui peut être réalisé sur leurs données personnelles. En tant que pratique, « les identités numériques » sont alors à mettre en perspective avec un triple enjeu que l'École s'est donnée comme lieu de socialisation, tremplin de l'employabilité et creuset de la citoyenneté.

Pour nourrir ce dialogue entre les communautés scientifique et pédagogique, nous revenons sur le concept d'« identité numérique », d'abord en agrémentant un cadre théorique permettant de saisir les pratiques d'intersubjectivation dans les plateformes (web, mobile, réseaux socionumériques, jeux en ligne, sites de rencontre, forums, etc.) ; ensuite en proposant, sur la base de pratiques actualisées, de faire évoluer le concept vers celui d'« individu transmédia » ; enfin en confrontant l'interface sociotechnique à ses dimensions cachées (technique et économique).

Cadre théorique : l'intersubjectivation

Au terme d'*identité*, il faudrait déjà préférer celui d'*identification* (Brubaker, 2000). Tandis que le premier, renvoyant aux acceptations psychologique ou administrative, fige une entité en lui attribuant des caractères immuables, le second considère l'identité comme résultante d'une construction. Tandis que l'identité est substance, l'identification est relation. Paul Ricoeur oppose ainsi l'identité-mêmeté, qu'il appelle aussi *identité numérique*, cette part de soi qui reste identique « à travers le temps », et l'identité-ipséité, qu'il appelle *identité narrative*, cette part de soi qui reste identique « malgré le temps » (Ricoeur, 1990). Le sujet se construit comme un récit au gré des aléas de l'existence, d'abord par une réflexivité à rebours, ensuite en constituant une grammaire comportementale pour faire face aux aléas [1].

Mais cette subjectivation passe aussi par une réflexivité avec les autres : le sujet se construit dans sa relation aux autres. Il expérimente auprès de ses proches une posture identitaire (Pierre, 2013) autant qu'il apprend de celles qu'ils tiennent, et il contribue - volontairement ou non - à l'élaboration de l'identité narrative des autres. Le processus de subjectivation est alors à comprendre comme intersubjectivation, pour l'heure en face à face. Si le premier processus permet de développer un « souci de soi » (Foucault, 1984), le second développe un « souci des autres », l'un ne pouvant se passer de l'autre. Et l'École a fait de ce souci de soi et de l'autre l'une de ses missions fondamentales. Si certains dispositifs numériques mis en place par l'Institution, mais également par d'autres acteurs publics ou privés, tendent à reproduire la logique de surveillance dénoncée par Foucault (1975), dans la pratique les réseaux socionumériques peuvent tout autant favoriser des comportements de bienveillance entre pairs (Pierre, 2013).

En ligne, cette intersubjectivation est instrumentée par des plateformes, les plus usitées étant à l'heure actuelle les réseaux socionumériques. On y trouve aussi bien la présentation de soi que l'élaboration d'un entre-soi, une subjectivation autant qu'une intersubjectivation. Ces outils sont alors à considérer comme des « supports », des tuteurs pour les processus sociaux (Coutant & Stenger, 2010). O. Voirol évoque la possibilité d'une « interobjectivation », l'objet technique étant le vecteur d'une lutte pour une certaine reconnaissance sociale (Voirol, 2013).

La dimension technique de cette interface compose l'identité comme une « collection des traces (écrits, contenus audios ou vidéos, messages sur des forums, identifiants de connexion, etc.) que nous laissons derrière nous, consciemment ou inconsciemment, au fil de nos navigations sur le réseau et le reflet de cet ensemble de traces, tel qu'il apparaît "remixé" par les moteurs de recherche » (Ertzscheid, 2013). Pour Fanny Georges (2011), ces traces se décomposent en identité déclarative (à l'initiative du sujet) et identité calculée (par les algorithmes des plateformes). L'identité agissante désigne ce qui est renseigné indirectement par le sujet.

Le Journal de Facebook

À ces définitions dans un premier temps éloignées de l'intersubjectivation, nous devons rajouter également les traces et commentaires laissés par les autres à l'encontre des sujets, ce qu'il convient d'appeler *réputation numérique*, l'ensemble relevant d'une « redocumentarisation de l'étant et de l'agir » de soi et de l'autre, par soi et par l'autre (Alloing et Pierre, 2013).

Dans un deuxième temps, ces définitions restent dans une approche informationnelle et délaissent l'appropriation sociale des plateformes. Comme nous invite à le penser Louise Merzeau, il faudrait moins parler d'identité que de « *présence numérique* » (Merzeau, 2010) : en effet, les usagers habitent les plateformes web, ils les décorent, les rendent accueillantes, les baptisent « ma » page *Facebook*, essayent d'y créer une ambiance conforme à leur personnalité (d'où leur mutabilité). Surtout, les usagers construisent leur présence à l'intersection de plusieurs plateformes : sites de socialisation, applications mobiles, services de géolocalisation ou de partage, CV numériques, commentaires, avatars de jeu, etc. Dès lors, il paraît plus juste de parler d'une présence de type « *transmédia* ». En effet, ce terme, pourtant issu d'une certaine lecture des industries culturelles [2], désigne l'articulation d'un même univers narratif à travers plusieurs types de médias (film, application, site web, web série ou série TV, BD, roman, etc.).

Que ce soit dans des entretiens conduits lors d'enquêtes scientifiques ou dans des témoignages quotidiens, tous les internautes sondés attestent disposer de multiples identifiants, leur permettant entre autres et pour certains d'accéder à plusieurs espaces d'éditorialisation de soi (profil et statuts des réseaux ou forums, fiches de joueur, comptes vendeur, commentaires, etc.), d'où le pluriel des « identités numériques ». Deux raisons sont évoquées pour éclairer ce type de comportement : d'une part, l'offre d'un seul service ne permet pas de satisfaire toutes les pratiques (l'entre-soi amical *versus* le réseautage professionnel, pour ne prendre qu'un seul exemple) ; d'autre part, la volonté hégémonique de certains acteurs incite les usagers à ne pas concentrer leur activité (et leurs données personnelles) au sein d'une seule plateforme.

Le Journal de *Facebook* peut sembler en être la meilleure instantiation : sous-titré « Un nouveau type de profil, plus proche d'une biographie » [3], il s'agit d'un espace éditorial permettant de redocumentariser son existence, de construire et afficher son *identité narrative*. Cependant, cet espace est particulièrement égocentré, laissant peu de place à une intersubjectivation médiatisée. *Facebook* propose néanmoins d'autres espaces de socialisation en ligne : les autres modules composant le site (le fil d'actualité, les notifications provenant d'autres pages), les applications de messagerie instantanée, l'articulation entre mobile et web, etc.

Également plurimédia, *Google* présente son écosystème d'applications de gestion quotidienne dans une perspective d'historicisation [4]. La gestion du courrier, de l'agenda, des documents, des photos ou vidéos indistinctement professionnels ou personnels sont réunis dans une interface homogénéisée et sous des conditions d'utilisation uniformisées. Répondant à la mode et la concurrence des réseaux sociaux, le service *Google+* n'a semble-t-il pas réussi le pari de la convergence auquel le destinaient ses fondateurs. Ainsi, en composant de telles panoplies, *Facebook* et *Google* espèrent conserver dans leurs bases clients des utilisateurs soucieux de divergence.

Dépasser le produit d'appel

En effet, en regard de l'agencement informationnel et des partenariats économiques, la promesse d'une intersubjectivation médiatisée se révèle n'être qu'un produit d'appel pour un profilage hyper enrichi des individus. Il s'agit alors de s'intéresser au modèle économique et, de manière sous-jacente, aux modèles sémantique et fonctionnel des plateformes. Le modèle sémantique permet de catégoriser les données personnelles : il opère soit au

niveau des bases de données (avec la multiplication des propriétés décrivant les entités et des associations reliant chacune d'entre elles) soit au niveau des langages formels de métadonnées (dont la standardisation par le W3C ne doit pas faire oublier qu'il s'agit d'initiative privée, comme c'est le cas avec HTML5 et les *microdata*). Le modèle sémantique des données personnelles renvoie à une certaine représentation du réel par les concepteurs des plateformes (la définition du genre, par exemple). Le modèle fonctionnel, quant à lui, est l'offre d'interactivité accessible sur l'interface et par lequel les internautes articulent la présentation de soi ou les relations interindividuelles (le bouton « J'aime », par exemple). Ce modèle est fortement prescripteur en termes d'attention (par les notifications) ou de réputation (par les métriques). Ensemble, ces deux modèles conditionnent les possibilités d'intervention sur soi ou auprès des autres (Rieder, 2010).

Surtout, ces deux couches logicielles permettent d'alimenter un modèle économique reposant sur la personnalisation de l'offre de service, elle-même présentée comme une personnalisation de l'expérience utilisateur. Par l'incitation faite à agir en ligne, par l'omniprésence des appareils, par la richesse du vocabulaire employé pour catégoriser les actions, par la capacité de stockage et la puissance de calcul, les plateformes sont capables d'engranger une quantité d'informations qualifiées et sur cette base de construire des inférences (en termes de recommandation sociale ou amicale, par exemple). Dès lors, cette informatisation du social ne participe plus à l'élaboration du sens commun, elle ne produit que des niches individuelles, ce qu'Eli Pariser appelle « la bulle de filtres » (Pariser, 2011). Or, ce souci du commun et du personnel est également une mission de l'École.

En regard à la fois de l'étendue des pratiques d'intersubjectivation médiatisée chez les jeunes, et des enjeux économiques et sociétaux inhérents aux stratégies des principales organisations, il est urgent de construire un curriculum permettant d'établir un usage serein et éclairé du numérique. La nature même des pratiques et des enjeux appelle à une construction scientifique pluridisciplinaire de cette éducation à l'identité numérique, en mobilisant aussi bien les sciences de l'éducation que les sciences de l'information et de la communication, la sociologie, l'informatique, le droit, l'histoire, etc.

Conclusion : traverser, transférer, transcender

Avec la multiplication des métadonnées et des traitements de données personnelles, avec les potentialités des grands jeux de données, avec l'internet des objets et les pratiques d'appareillage et de connexion au quotidien, nous pensons qu'il est plus juste de parler aujourd'hui d'*« individu transmédia* », composant son identité narrative à l'aide de multiples plateformes.

Articulant convergence et divergence, le concept de « transmédia » a le mérite de rassembler l'identité narrative de P. Ricoeur permettant de saisir le processus de subjectivation, la multiplicité des histoires et des usages composants les « identités numériques », la dimension collaborative contribuant à l'intersubjectivation et les théories des industries culturelles permettant de saisir les stratégies économiques des entreprises motorisant les différentes plateformes.

Toutefois, cette « présence » résulte d'une intention de l'auteur, ici titulaire de ses données personnelles, de construire une présence cohérente à partir de données éparses sur différentes plateformes. Cette présence transmédia peut être graduée selon les possibilités de maîtriser les traces de documentarisation et redocumentarisation réalisées par des tiers (proches ou applications logicielles). Cette capacité à construire une présence transmédia résulte également d'un accompagnement translittéracique. C'est un autre mérite du terme *transmédia* de partager un préfixe commun avec le concept de « translittératie ». Un préfixe que Delamotte, Liquette et Frau-Meigs (2014) définissent ainsi :

« Le préfixe "trans-" suggère à la fois la quête de transversalité dans les démarches de recherche, d'appropriation et de réécriture de l'information, mais également, la capacité de chacun à transférer dans divers environnements et

contextes informationnels et techniques des acquisitions antérieures.

Enfin, ce même préfixe vise également à un dépassement des approches et des postures d'enseignement jusqu'alors éprouvées dans le monde scolaire et éducatif ; ceci autant dans la sphère scolaire que dans la sphère domestique. »

Pourtant loin de faire l'unanimité dans la communauté scientifique tant le terme d'identité numérique recouvre d'acceptations, ce dernier bénéficie néanmoins d'un ancrage fort dans la communauté pédagogique, où se multiplient les formations à l'identité numérique. À tel point qu'il devient possible de transférer les enjeux et les pratiques dans un champ littéracique à part entière, inclu dans le projet plus large d'une éducation aux médias et à l'information.

Bibliographie

- Alloing C., Pierre J., (2013), « Construire un cadre d'analyse avec les SIC pour comprendre les pratiques et les enjeux de la réputation en ligne (des individus et des organisations) », in Vacher B. Le Moënne C., Kiyindou A. (coord.), *Communication et débat public, les réseaux numériques au service de la démocratie ?*, Paris : L'Harmattan
- Brubaker R., (2001), « Au-delà de l'identité », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 139, p.66-85
- Coutant A., Stenger T., « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », *Les enjeux de l'information et de la communication*, 2010
- Delamotte E., Liquète V., Frau-Meigs D., (2014), « La translittératie ou la convergence des cultures de l'information : supports, contextes et modalités ». *Spirale*, p.145-156. <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal...>>
- Ertzscheid O., (2013), *Qu'est-ce que l'identité numérique ? Enjeux, outils, méthodologies*. Nouvelle édition [en ligne]. Marseille : OpenEdition Press. <<http://books.openedition.org/oep/332>>
- Foucault M., (1975), *Surveiller et punir. Naissance de la prison*. Paris : Gallimard
- Foucault M., (1984), *Le souci de soi, tome III : L'usage des plaisirs*, Paris : Gallimard
- Georges F., (2011), « Pratiques informationnelles et identité numérique », *Études de communication*, n°35, <<http://edc.revues.org/2226>>
- Pariser E., (2011), *The Filter Bubble : What the Internet Is Hiding from You*, New York : Penguin Press
- Pierre J., (2013), *Le cadre privatif : des données aux contextes. Approche interdimensionnelle des enjeux de médiation de la vie privée*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université de Grenoble - Alpes, <<http://tel.archives-ouvertes.fr/tel...>>
- Ricoeur P., (1983), *Temps et récit, tome I*, Paris : Seuil
- Ricoeur P., (1990), *Soi-même comme un autre*, Paris : Seuil
- Rieder B., (2010), « Pratiques informationnelles et analyse des traces numériques : de la représentation à l'intervention », *Études de communication*, n°35, <<http://edc.revues.org/2249>>
- Voirol O., (2013), « La lutte pour l'interobjectivation. Remarques sur l'objet et la reconnaissance », in Ferrarese, E. (dir.), *Qu'est-ce que lutter pour la reconnaissance ?*, Lormont : Bord de l'Eau

[1] Chez Ricoeur, le concept d'identité narrative est ancré dans la littérature.

Avant d'être tournée vers soi, la réflexivité porte d'abord sur les aléas des personnages fictionnels : « La littérature s'avère consister en un vaste laboratoire pour des expériences de pensée où sont mises à l'épreuve du récit les ressources de variation de l'identité narrative » (Ricoeur, 1983 : 169). En suivant les aventures des personnages, le sujet acquiert un mode opératoire pour sa propre existence. A la fin du récit, il saisit l'entièreté du personnage : « Ainsi le hasard est-il transmué en destin » (Ricoeur, 1990 : 175).

[2] Sur la valorisation de la culture de fan et des pratiques de remix par les acteurs économiques de la filière audiovisuelle, voir les différents travaux d'H. Jenkins, L. Allard et M. Bourdaa.

[3] <https://www.facebook.com/about/timeline>

[4] Une historicisation de cette promesse apparaît dans la publicité « Dear Sophie » de Google : <https://www.youtube.com/watch?v=R4vkVHjdQk>