

Identité en ligne

Dominique Cardon

DANS **LES PETITES HUMANITÉS** 2019, PAGES 176 À 188
ÉDITIONS **PRESSES DE SCIENCES PO**

ISBN 9782724623659

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://www.cairn.info/culture-numerique--9782724623659-page-176.htm>



CAIRN.INFO
MATIÈRES À RÉFLEXION

Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...

Flashez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour Presses de Sciences Po.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

IDENTITÉ EN LIGNE

Avec le web des réseaux sociaux, nous sommes montés sur scène. Nous disposons désormais, sur la toile, d'une (de plusieurs) identité(s) numérique(s). Une nouvelle norme s'est imposée, parfois de façon impérieuse : nous devons exister en ligne (document 36). Les personnalités réservées, discrètes ou timides n'ont guère de chance sur le web. Fantomatique, leur exposition ne fait pas de vagues, à la différence des hyper-visibles, ceux qui se montrent, se laissent photographier ou se photographient eux-mêmes, racontent leur vie, donnent leur opinion sur tous les sujets et accumulent de nouveaux contacts dans leurs listes d'amis. Une étude conduite par Chris Lampe, Nicole Ellison et Charles Steinfeld sur les profils de Facebook montre que le nombre d'amis est étroitement corrélé avec le nombre d'informations personnelles que les utilisateurs ont révélé sur leur fiche de profil. Plus on se dévoile, plus on étend sa visibilité. Sur le web, l'exposition de soi est une technique relationnelle.



L'artiste Aram Bartholl s'est spécialisé dans la représentation des liens entre vie numérique et vie réelle des individus. Ses œuvres témoignent des bizarreries, des surprises et des désordres créés par les carambolages entre identité en ligne et identité hors ligne.

Comment se fabrique l'identité numérique? Que dit-elle de nous? Est-elle en passe de devenir un attribut des individus, une ressource décisive de la vie sociale comme le diplôme ou la profession? Les pratiques d'exposition de soi sur les réseaux sociaux ont contribué à déplacer la frontière entre la vie privée et la vie publique. Certains analystes vont même jusqu'à soutenir que la vie privée a disparu. Les études un peu fines montrent qu'en réalité, les internautes ne se livrent pas de façon irréfléchie sur le web, qu'ils n'y disent pas tout et n'importe quoi. La vie privée n'est plus tant une question de frontière que de contexte, comme le montrent les enquêtes de Sonia Livingstone auprès des jeunes et comme l'a démontré, sur un plan plus théorique, Helen Nissenbaum. Dans certains contextes, il

est légitime de révéler certains types d'information en ligne, dont l'utilisation dans un autre contexte et par d'autres personnes peut en revanche paraître illégitime.

Que disent ces enquêtes ? Premièrement, que l'exposition de soi en ligne est commandée par une attente : celle d'être reconnu par les autres. La mécanique est partout la même : on ne s'affiche pas pour s'afficher, ni par narcissisme comme le soutiennent certains psychologues, mais pour que les autres likent, commentent ou partagent ce que l'on a exposé. Chacun a sans doute déjà fait l'expérience de changer sa photo de profil et, constatant que personne ne la likait ni ne la commentait, a immédiatement publié une nouvelle photo de soi dans l'espoir qu'elle aura plus de succès. On évoque fréquemment les *haters*, les *clashs* et les conflits présents sur les réseaux sociaux parce qu'ils inquiètent, mais toutes les statistiques et tous les travaux sur les pratiques du web montrent sans équivoque que les internautes passent leur temps à y échanger des mots doux : « T'es beau », « t'es belle », « magnifique ta photo », « bon anniversaire », « t'es ma best », « trop mignon », etc. En vérité, les réseaux sociaux constituent des petits théâtres dans lesquels chacun conforte son estime de soi lorsqu'il reçoit des signes positifs des autres.

Derrière la naïveté apparente de ce constat, se cache une explication sociologique : l'exposition de soi est généralement considérée comme un acte éminemment individuel mais, sur le web, l'identité est largement hétéro-déterminée, c'est-à-dire construite par le regard

des autres. L'identité numérique est un processus collectif: les participants montrent d'eux des signes que les autres approuvent plutôt que des signes qui ne retiennent pas leur attention. Leur identité est produite par le réseau social d'amis qu'ils ont choisi, par leur utilisation de telle ou telle plateforme, par le fait qu'ils s'exposent aux commentaires et aux likes de personnes qui, elles-mêmes, exposent et privilégient tel ou tel trait de leur propre identité. Bref, leur identité numérique n'appartient pas totalement aux individus. Elle est la conséquence de l'espace social dans lequel ils interagissent.

C'est précisément le deuxième constat des travaux sur l'identité en ligne: les mécanismes sociaux de la vie hors ligne guident la manière de s'y présenter et de s'y conduire. Certes, l'anonymat (de plus en plus relatif) de certains espaces du web contribue à désinhiber les comportements, par exemple dans les espaces virtuels, dans les univers persistants des jeux en ligne ou sur les réseaux sociaux qui acceptent les pseudonymes, mais ces écarts par rapport à la norme des échanges restent eux-mêmes commandés par des déterminants liés à la socialisation des individus. Sur les réseaux sociaux, dans la très grande majorité des cas, les attitudes en ligne reflètent, parfois avec quelques déformations, ce que sont les internautes dans la vie réelle.

En ligne, les différences sociales et culturelles perdurent. Les classes supérieures ont toujours un carnet de contacts plus riche, plus diversifié socialement et géographiquement que celui des classes populaires,

dont les relations sont à la fois plus réduites, plus homogènes et plus locales. L'inégale distribution des ressources sociales et culturelles offre à certains la possibilité de donner à leur identité numérique des contours plus attrayants que ceux des autres : des sorties, des rencontres, des expériences sociales originales. Le niveau de langage, le type de contenu partagé, les centres d'intérêt, la manière de s'adresser aux autres et de commenter laissent toujours transpirer les principes de différenciation sociale et culturelle qui traversent nos sociétés. Jusqu'à la production d'un selfie sur Instagram, qui ne donne pas à tous les mêmes capacités de faire le buzz.

Même si elle laisse place à des nouveautés, des surprises ou provoque des courts-circuits, la sociabilité en ligne reproduit cependant globalement les grands traits de la vie relationnelle des individus. Les jeunes présentent une identité unifiée qui s'attache à un cercle d'amis dans lequel ils mélangent un peu tout le monde sauf, bien sûr, les parents. Ils adoptent un style expressif commun, le « cool », qui envoie l'image d'un quotidien heureux, festif, drôle et excitant. L'âge adulte venant, avec la mise en couple et l'entrée dans le monde du travail, les individus commencent à différencier leur identité, et donc leur usage des plateformes, afin de séparer amis, collègues et famille. On observe des variations très fortes, chez un même internaute, dans la manière d'exposer son identité en ligne, pudique ou impudique, professionnelle ou amicale, exhibitionniste ou trash. Les femmes s'exposent moins que les hommes. Certains, notamment les plus âgés et les plus diplômés,

mènent une vie numérique intense tout en révélant très peu d'éléments de leur vie personnelle. Pour d'autres, l'exposition de soi se limite à quelques événements ritualisés comme les vacances et les fêtes. Dans certaines fractions juvéniles et masculines des milieux populaires, la provocation trash et la culture du défi peuvent devenir la norme pour se montrer et s'imposer dans le groupe. Certes, l'identité en ligne n'est jamais le calque parfait de la personnalité des individus ; elle a des couleurs, des modulations, des exagérations qui lui sont propres, mais ce qui caractérise même ces écarts, c'est que pour les produire, il faut utiliser les ressources sociales et culturelles dont on dispose et qui ne sont pas les mêmes pour tous.

Troisième constat issu des travaux sur l'identité en ligne, on ne se livre pas totalement sur la toile et on le fait de façon très contrôlée. Il est erroné de penser – comme on l'entend souvent – que Facebook connaît tout de la vie des individus qui s'y affichent. Loin d'être la somme de données objectives et complètes sur la vie des individus, la réputation en ligne est le fruit d'un travail intense que mènent les internautes pour soustraire, maquiller, partitionner et sélectionner certaines de ces données. Une enquête a, par exemple, montré que la tristesse, la mélancolie, la dépression et les pleurs n'étaient pas seulement des émotions sous-représentées sur les réseaux sociaux, mais aussi et surtout qu'elles y étaient taboues. Lorsque l'on observe une carte des *check-in* sur Facebook Places, ces lieux où les utilisateurs se signalent aux autres (« je suis ici »), on constate que ce sont toujours des quartiers à la mode, des bars

branchés, des salles de concert, etc. Jamais la supérette ou la laverie automatique du coin. Les études sur l'identité en ligne soulignent les talents de stratège que bon nombre d'internautes ont acquis pour gérer leur visibilité. Les jeunes, d'abord, comme l'a notamment montré Sonia Livingstone, développent des trésors d'habileté pour jouer avec les règles de confidentialité et se montrer tout en se cachant. L'idée qu'ils seraient inconscients des risques est contredite par toutes les études ; ce sont plutôt les utilisateurs plus âgés et moins familiers avec l'informatique qui font preuve de naïveté et ont tendance à laisser leur page Facebook ouverte et publique.

L'identité numérique est une projection de soi qui cherche à faire de l'effet. On peut en déduire que toute exposition de soi paraissant impudique, outrancière ou relâchée relève elle-même d'une stratégie. Selon le sociologue Norbert Elias, les formes d'individuation contemporaine favorisent un « contrôle du décontrôle ». La fabrication de la personnalité en ligne passe alors par une injonction paradoxale : bien que construite, elle doit paraître naturelle et authentique. Certes, il existe une tendance à l'exhibition sur les réseaux sociaux, mais il serait naïf de la prendre pour un oubli de soi, un abandon irréfléchi au regard avide du public. Les individus obéissent à une nouvelle norme, de plus en plus forte dans nos sociétés : celle d'avoir une existence en ligne. Et cette norme n'est pas sans conséquences.

Prenons un exemple familier, le geste du selfie : le bras tendu, la personne se regarde sur l'écran de son smartphone. Le montreur est son premier regardeur,

l'exhibition est d'abord destinée à soi-même, comme dans une mise en scène amateur et expérimentale. La gymnastique du bras tendu incarne l'un des éléments propres aux activités expressives sur le web : la distance à soi.

À bien regarder, l'exposition de soi via le selfie réside à la fois dans l'expression du visage et dans la main qui tend l'appareil. On s'expose en exposant son exposition. La forme de réflexivité, dont le geste du selfie témoigne, est révélatrice de la manière dont les nouvelles technologies de communication permettent d'insérer la distance à soi dans les pratiques de production de soi. Les internautes se regardent eux-mêmes depuis un point de vue extérieur, une sorte de voix off les pousse à introduire un décalage, un calcul entre leur personne et la représentation qu'ils confectionnent pour les autres. Avec les réseaux sociaux, les internautes ne s'inventent pas une sorte de vie parallèle. Ils amplifient leur vie réelle en donnant une nouvelle dimension aux situations vécues (une fête, un voyage, une rencontre, un concert, etc). Il leur faut vivre la situation tout se préparant à la raconter et à la partager sur le web. Les internautes les plus actifs sur les réseaux sociaux sont à la fois les personnages et les récitants de leur propre vie.

Ce phénomène doit être rapproché de l'élévation du capital culturel de nos sociétés. L'augmentation du niveau de diplôme des individus contribue à intensifier le rapport à soi et invite à afficher sa singularité à travers son identité numérique. Paradoxalement, cette

libération de l'expressivité peut conduire à des processus d'uniformisation mimétique. On croit être original et faire des choses singulières. La vérité c'est que nous sommes originaux et faisons des choses singulières... mais tous de la même façon.

Le constat est cruel : toutes les photos qui prétendent à l'originalité sont en réalité très semblables. Pour tenter de nous distinguer dans les sociétés de loisir et de consommation, nous empruntons des véhicules culturels, des modèles (comparables aux patrons ou aux gabarits de la couture) qui circulent à très grande vitesse sur les réseaux sociaux, et nous y mettons ce que nous avons de plus personnel.

Dans une étude portant sur des milliers de selfies pris dans les grandes métropoles du monde (document 37), Lev Manovitch et son équipe montrent que les stéréotypes culturels et de genre colorent la manière de se photographier de façon très homogène : on sourit par exemple beaucoup plus à São Paulo et à Bangkok qu'à Moscou et à Berlin ; partout dans le monde, sur leurs selfies, les jeunes filles penchent plus la tête que les garçons et font une moue légère en pinçant les lèvres.

Cette revendication n'a jamais été aussi évidente que dans les pratiques d'exposition de soi sur les réseaux sociaux. Pour les utilisateurs, pas plus le droit que Facebook, Instagram ou Snapchat ne peuvent définir ce qu'il est convenable de dire de soi et ce qui ne l'est pas sur sa page personnelle. Chaque individu réclame de fixer sa propre définition du privé et du public, de ce qu'il veut montrer ou cacher. L'individualisation de la frontière entre public et privé ne fait en rien disparaître la sphère d'intimité de chacun, contrairement à ce que soutiennent certains dirigeants de la Silicon Valley pour qui la vie privée serait une vieille notion du XIX^e siècle à oublier. C'est même le contraire que l'on observe : en traçant eux-mêmes la frontière entre le public et le privé, les individus chérissent encore plus ce qu'ils ont décidé de cacher, et ils peuvent se montrer extrêmement sensibles aux usages malveillants qui peuvent être faits de ce qu'ils confient aux plateformes du web. Ce processus original n'est pas sans risque. Vu par les individus, il peut être compris comme un facteur d'autonomisation et de réalisation de soi, même si, à l'évidence, certaines formes d'exposition interrogent. En revanche, si l'on considère les plateformes qui collectent les données résultant de l'activité expressive des internautes, l'exploitation qu'elles font de ces données n'a pas grand-chose à voir, semble-t-il, avec l'émancipation des individus, mais beaucoup plus avec le guidage de l'attention et le contrôle publicitaire.



À LIRE, À VOIR, À ÉCOUTER

- L'étude qui montre la relation entre le nombre d'amis sur Facebook et le nombre d'informations personnelles dévoilées par les utilisateurs : Chris Lampe, Nicole Ellison et Charles Steinfeld, « A Familiar Face(book) : Profile Elements as Signals in an Online Social Network », *CHI*, septembre 2007.
- Le projet Selfiecity de Lev Manovitch qui propose une analyse quantitative des images de selfies publiés dans cinq capitales, Bangkok, Berlin, Moscou, New York, Sao Paulo : <http://selfiecity.net/#>
- Le carnet de recherche numérique d'André Gunthert, spécialiste de l'image numérique à l'EHESS, qui propose de nombreux billets d'analyse sur le rôle de la photo dans la construction de l'identité numérique, notamment à propos du selfie : <https://imagesociale.fr/>
- Le très court et très célèbre texte de Gilles Deleuze annonçant le passage d'une société de surveillance à une société de contrôle : « Post-scriptum sur les sociétés de contrôle », dans *Pourparlers. 1972-1990*, Paris, Minuit, 2003, p. 240-247.
- Deux articles importants pour comprendre les logiques

de l'expressivité en ligne : Fabien Granjon et Julie Denouël, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, 1, 2010, p. 25-43 ; et Laurence Allard et Frédéric Vandenberghe, « Express Yourself ! Les pages perso. Entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », *Réseaux*, 117 (1), 2003, p. 191-220.

- Un ouvrage qui pose très bien la question de la nécessaire révision des normes de définition de la vie privée à l'ère des réseaux sociaux : Daniel Kaplan, *Informatique, libertés, identités*, Paris, FYP Éditions, 2010 ; le même argument, mais de façon plus provocante, est porté par le journaliste Jean-Marc Manach, l'un des meilleurs spécialistes de la surveillance numérique, dans *La Vie privée, un problème de vieux cons ?*, Paris, FYP Éditions, 2010 ; et, par l'un des journalistes les plus connus de la Silicon Valley, Jeff Jarvis : *Tout nu sur le web. Plaidoyer pour une transparence maîtrisée*, Paris, Pearson, 2011 [*Public Parts: How Sharing in the Digital Age Improves the Way we Work and Live*, New York (N.Y.), Simon & Shuster, 2011].

- Le livre fondateur des études sur l'identité virtuelle, par la psychologue américaine Sherry Turkle : *The Second Self. Computers and the Human Spirit*, Cambridge (Mass.), The MIT Press, 2005 [1984] ; à l'époque plutôt positive

à l'égard de la transformation et de la projection des identités en ligne, Sherry Turkle est devenue très critique sur les effets d'isolement des pratiques numériques, comme en témoigne un ouvrage plus récent qui a reçu beaucoup d'écho: Sherry Turkle, *Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, New York (N.Y.), Basic Books, 2011.

- Le livre très discuté de la psychologue Jean Twenge dénonçant le narcissisme de la pratique des réseaux sociaux: Jean Twenge, *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled – and More Miserable Than Ever Before*, New York (N.Y.), Free Press, 2006.

- Une vision beaucoup plus nuancée des effets des pratiques numériques sur les jeunes est offerte par la meilleure spécialiste du sujet, Sonia Livingstone, auteur de nombreux articles, rapports et livre, parmi lesquels: Sonia Livingstone et Amanda Third, «Children and Young People's rights in the Digital Age: An Emerging Agenda», *New Media and Society*, 19, 2017, p. 657-670.