

# *Diversité culturelle à l'ère du numérique. Glossaire critique*

Ouvrage réalisé sous la direction de Divina Frau-Meigs et Alain Kiyindou

## E-réputation

Si l'expression « *digital identity* » est apparue dès les années 1990, c'est surtout à partir du développement des réseaux sociaux et du Web 2.0 (après 2004) que la notion a gagné en importance, pour occuper aujourd'hui une place centrale parmi les enjeux de l'environnement numérique. Préférée à d'autres appellations concurrentes (« double numérique », « cyber-identité »...), l'identité numérique renvoie à un ensemble de contenus, de processus et d'usages dont les contours restent encore à définir et qui font l'objet de nombreux débats.

### ***Collections de traces***

La possibilité offerte aux internautes de prendre une part active dans les échanges d'informations en ouvrant des espaces personnels de publication (blogs) et de conversation (réseau sociaux) a renforcé la nécessité de s'authentifier auprès des services de réseautage et d'éditorialisation. Les individus ont ainsi été amenés à délivrer de plus en plus d'informations aux sites pour pouvoir eux-mêmes chercher, consulter et partager des contenus.

Parallèlement aux renseignements intentionnellement fournis par les utilisateurs (nom ou pseudo, adresse mail, mot de passe, photo, biographie, préférences...), les systèmes d'information ont alors automatisé le recueil d'un nombre croissant de données à chaque connexion ou navigation. Les traces enregistrées sans consentement explicite par chaque intermédiaire technique (navigateur, fournisseur d'accès, serveur, application, régie publicitaire) se sont ainsi multipliées, concentrant des enjeux de plus en plus stratégiques pour les acteurs économiques du Web : suivi et profilage des internautes, filtrage et recommandation des contenus, anticipation des comportements, etc.

De protocole d'identification, l'identité numérique en est donc arrivée à désigner la collection des traces – déclaratives, comportementales ou calculées (Georges, 2009) – que l'utilisateur ne peut pas ne pas laisser lorsqu'il se connecte au réseau. Requêtes, parcours, téléchargements, géolocalisations, achats, relations, avis... : notre présence en ligne est documentée dans toutes ses facettes, mais l'individu perd lui-même le contrôle de pans entiers de son identité, car il n'a guère les moyens d'archiver, de recouper et d'exploiter ses traces.

## **De la représentation à l'indexation**

Le recentrage de l'environnement numérique sur les identités a d'abord été interprété dans le sens d'une expressivité individuelle exacerbée. Sous l'influence de la télé réalité, on a pensé l'implication des internautes selon une logique d'exposition de soi, en recourant notamment à la notion d'*extimité* (Tisseron, 2001). L'observation des pratiques en ligne a cependant montré que, loin d'être une exhibition, la participation aux réseaux met en œuvre un « design de la visibilité » (Cardon, 2008), où le paramétrage des marqueurs identitaires relève de stratégies relationnelles complexes.

En fait, l'identité numérique désigne moins une représentation de soi qu'une transformation de l'individu en grappes de données susceptibles d'être traitées par des programmes. Les contours de la personne, jadis rapportés à une unité, une permanence ou une énonciation, doivent être redéfinis en termes de ressources mobilisables par des algorithmes. La question n'est plus d'articuler une identité réelle et une identité virtuelle, mais de négocier la conversion des singularités en *data*.

De fait, le contrôle de la présence en ligne ne dépend plus de la construction d'une image (individuelle ou stéréotypique), mais de la détention d'index qui permettent de chercher, identifier et calculer les identités. En ce sens, l'évolution des modes de classement de l'information montre que le profilage est en passe de réorganiser l'architecture informationnelle. Passant du graphe des pages (PageRank de Google) au graphe des individus (EdgeRank de Facebook), les métriques du Web accordent en effet une importance croissante aux données identitaires dans les calculs de pertinence et la hiérarchisation des contenus.

## **Personnalisation ou standardisation ?**

L'avènement du Web « social » a indéniablement favorisé l'expression identitaire des personnes aussi bien que des communautés. Aux effets d'uniformisation de la communication de masse, ont répondu des formes d'échange et de publication plus aptes à respecter et à valoriser la diversité culturelle. À travers les conversations, les commentaires ou les dispositifs participatifs, une variété de cultures propres aux usagers des réseaux a pu se manifester, en marge des schémas industriels opposant traditionnellement émetteurs-producteurs et récepteurs-consommateurs.

La valorisation des identités ne s'est toutefois pas arrêtée à cette libération des particularismes culturels. Elle a débouché sur une personnalisation, qui pousse aujourd'hui les usagers à exiger en toute circonstance une information *sur mesure*. Filtrés, formatés et classés selon les profils utilisateurs, les contenus se reconfigurent maintenant pour s'ajuster à la volée à chaque interaction. À la recherche de dénominateurs communs qui caractérisait la culture de masse, se substitue donc un traçage toujours plus fin des singularités.

Cette collecte des traces tend à faire de l'identité numérique l'expression symptomale de la personne : un ensemble d'indices qui trahissent d'autant mieux son comportement qu'ils se déposent hors de toute conscience. L'expression identitaire s'inverse alors en une forme de dépossession, d'autant plus grande que l'infrastructure logicielle qui la canalise est quant à elle toujours plus contraignante. Pour profiter de

la personnalisation des services, l'internaute doit en effet se plier à une architecture de plus en plus fermée, où chaque acteur économique tente de le garder captif en imposant à tous une même grille de valeurs.

Pour contrecarrer ces risques d'aliénation tout en intégrant le principe de traçabilité, une version alternative de l'identité numérique s'est développée à partir du modèle de la communication marketing. Sans remettre en cause le nouvel écosystème des identités, le *personal branding* incite chacun à gérer sa présence en ligne comme on administre une marque, en jouant des logiques d'indexation et de propagation. Le contrôle que gagne ainsi l'utilisateur sur son propre profilage se paye alors par une soumission accrue aux lois du marché des identités.

### **Question de confiance**

De la sécurisation des comptes personnels à l'essaimage des traces, la question de la confiance est au cœur des interrogations sur l'identité numérique. Pour en tirer profit, les firmes ont besoin que les internautes consentent à leur confier la collecte et la gestion de leurs données. De leur côté, les utilisateurs attendent des plateformes qu'elles leur apportent un bénéfice social ou culturel en échange de leur profilage.

Les enjeux de cette administration de la confiance diffèrent cependant selon qu'il s'agit d'authentification, d'identification, de marchandisation ou de socialisation. La protection des accès relève d'une problématique sécuritaire de nature essentiellement technique et juridique [voir l'entrée *Privacy*]. La mise en relation entre une clé d'authentification et une identité introduit quant à elle la question éthique et politique du tiers de confiance. Est-ce à l'Etat, à la sphère marchande ou à la société civile de garantir l'intégrité et la confidentialité de nos transactions numériques ? La réponse à cette question dépend fortement du modèle culturel et du système politique en place dans chaque société. Si une même idéologie libérale préside aux stratégies des grandes firmes, des diversités peuvent apparaître dans les attentes des usagers en fonction des pays, des générations ou des degrés d'appropriation de la technologie.

D'abord confinées aux problèmes de l'anonymat et de l'usurpation d'identité, les questions de confiance débordent en tout cas aujourd'hui les enjeux de sécurité. Dans la mesure où nos identités ne sont plus seulement consignées mais produites et négociées en ligne, les garanties doivent désormais inclure, au-delà de la protection de la vie privée, celle des libertés et de la diversité.

### **Enjeux de mémoire**

Si la gouvernance des identités numériques constitue un enjeu culturel majeur, c'est parce qu'elle conditionne la formation des mémoires individuelles autant que collectives. Réduite à un enregistrement automatique de données réalisé dans l'opacité des algorithmes, la traçabilité numérique altère les processus mémoriels. Se faisant désormais par défaut, l'indexation des individualités inverse l'équilibre entre mémoire et oubli, faisant de l'effacement des traces une tâche exigeant volonté, dépense et savoir

faire. Alors que grandit la revendication d'un « droit à l'oubli », un marché de l'amnésie se développe en direction des entreprises et des particuliers pour rentabiliser cette nouvelle anxiété en promettant le « nettoyage » des traces.

Pour la sauvegarde de la diversité culturelle, une réflexion doit donc être menée sur les moyens de convertir la rétention – décontextualisée et non négociée – en mémorisation, en définissant les conditions d'une réappropriation mémorielle. Cela suppose de dissocier identité numérique et vie privée, en mettant l'accent sur les implications collectives de l'organisation des traces, qu'elle soit institutionnelle, contributive ou communautaire. Cela implique surtout que le contrôle de ses métadonnées soit repensé comme une compétence relevant comme toute autre *littératie* d'un apprentissage et d'une transmission. Face à l'industrialisation des identités – et, à travers elles, des comportements, des relations et des opinions –, l'éducation à une intelligence de l'environnement numérique représente un enjeu de civilisation, au même titre que la défense des minorités ou la préservation des patrimoines.

Dans cette perspective, le droit à l'oubli gagnera à être repensé, non comme une tentative illusoire de retirer nos traces numériques des espaces où elles sont déposées, indexées et dupliquées en fonction d'intérêts particuliers, mais plutôt comme une pratique collective de *réglage des distances* par la recontextualisation des données. En découplant accessibilité technique des traces et activation des traces par l'usage, on verra que l'identité numérique a plus à voir avec le vivre-ensemble qu'avec la protection de la vie privée. Si l'on veut préserver une alternative à la privatisation marchande des mémoires, il nous faut en tout cas affranchir les identités numériques des seules logiques affinitaires ou algorithmiques, pour les repenser dans la perspective des communs. C'est à cette condition que notre présence numérique pourra se mettre elle-même au service du dialogue des cultures et de leur épanouissement.

## Bibliographie

1. Arnaud Michel, Merzeau Louise (dir.), Traçabilité et réseaux, *Hermès* 53, Éditions du CNRS, 2009.
2. boyd danah, Chang Michele, Goodman Elizabeth, *Representations of Digital Identity* [En ligne] <http://www.danah.org/papers/CSCW2004Workshop.pdf>
3. Cardon Dominique (2008), « Le design de la visibilité : un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, n° 152, Paris, Lavoisier, p. 93-137.
4. Georges Fanny (2009), « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, 2009/2, N°154, p. 165-193.
5. Tisseron Serge, *L'intimité surexposée*, Ramsay, 2001.

**Louise Merzeau**

Articles connexes : Avatar, Privacy