

Bootcamp, Université de Bordeaux
VP-NUM
21 novembre 2019

L'identité numérique

Fanny Georges

Maître de conférences

Université Sorbonne Nouvelle

Fanny.georges@sorbonne-nouvelle.fr



Identité numérique

- Différent de l'identité personnelle ou sociale (représentations « en pensée ») -> base de données interprétée comme
- Identité numérique comme représentation de soi : ensemble des signes qui manifestent un utilisateur pour lui-même et qui en effectuent la présentation de soi (Goffman) et constituent une image de soi-même (représentation de soi).
- **Extension Identité numérique:** ensemble des signes accessibles sur internet concernant une institution, un organisme, un individu, un collectif, une marque...

Enjeux sociaux, politiques, économiques, symboliques... :

Construction de soi

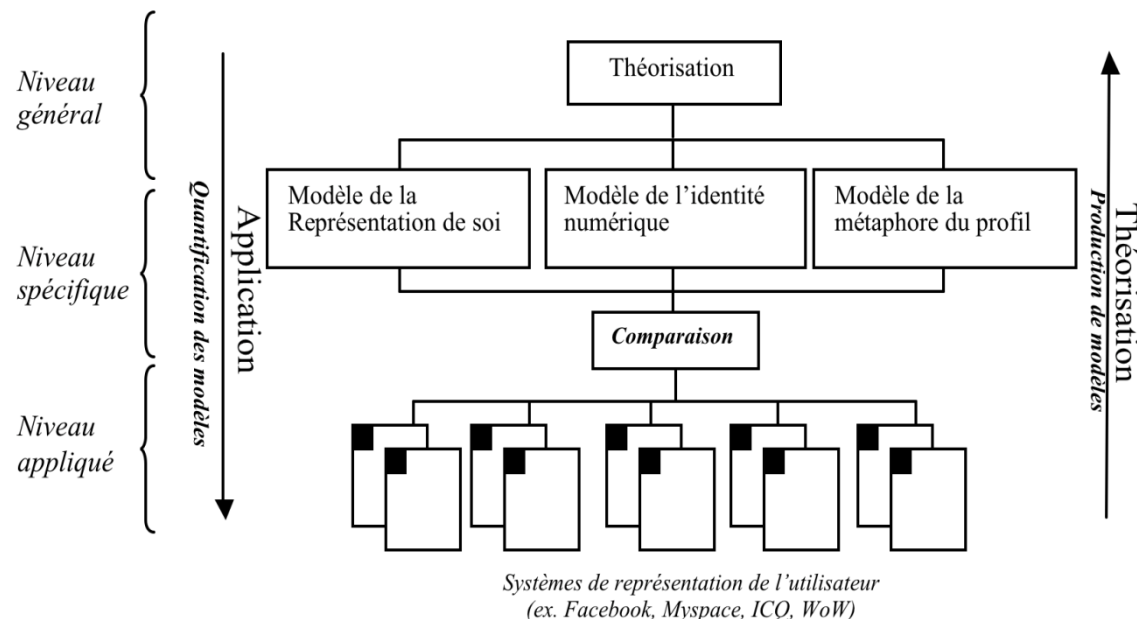
Identité numérique postmortem

Grandes bases de données personnelles (big data)

Relation à l'identité numérique « civile »

Sémiotique multimodale et ethnographie du numérique

- Sémiotique (pragmatique): analyse de corpus multimodal (approche appliquée à des corpus de documents et de signes numériques) (Leeuwen, Danesi)
 - Approche ethnographique appliquée au numérique: immersion sémiotique pour le recueil de données, entretiens, sémiosphère (Lotman)
- > analyse qualitative quantifiée ou qualiquanti



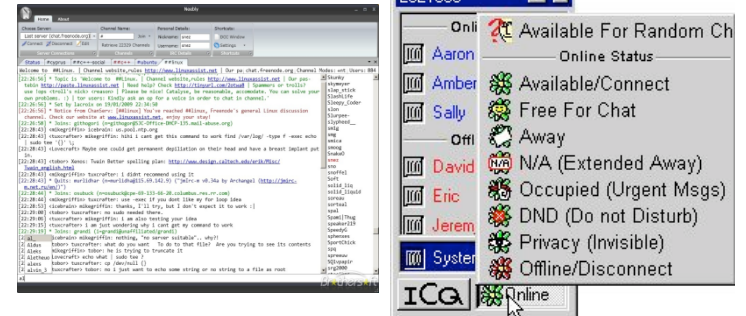
Une transformation profonde de la relation à l'image de soi

Archéologie de la relation à l'identité
numérique

Des phases d'acculturation sociale aux technologies du soi

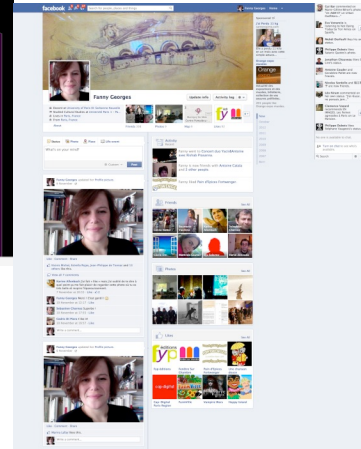
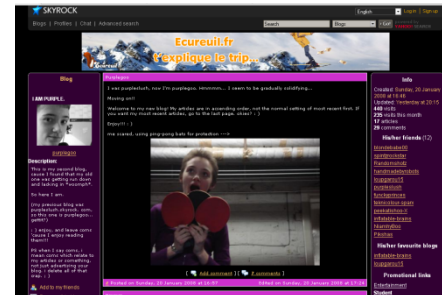
1990

Phase 1. Idéalisme/New Age



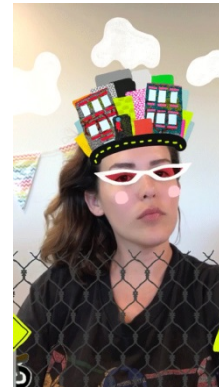
2000

Phase 2. Identité « expressiviste »
Association à l'identité civile



2010

Phase 3. Standardisation, surveillance,
Big data



2020

Phase 4. Une identité algorithmique?

Phase 1. Années 90

L'avatar comme second soi



Idéalisme. Une quête de soi dans le miroir d'une altérité imaginée

Apparition du web

Idéologie du progrès liée à Internet:

- Rend possible le contact entre tous
- Fin des hiérarchies sociales
- Développement d'une intelligence collective
- Libération de la culture de masse symbolisée par la télévision
- **Un espace social et psychique:** une expérience de la liberté de se représenter

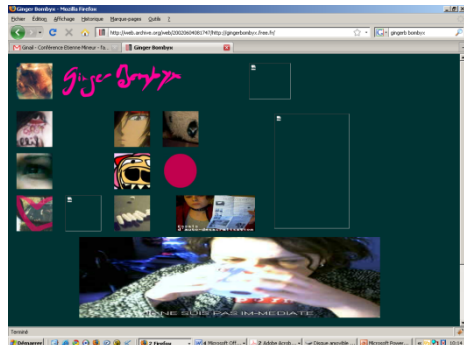
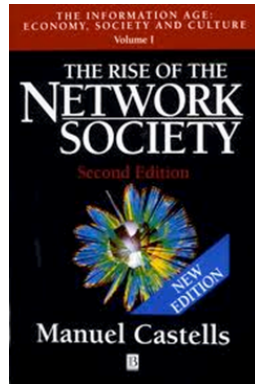
Thèmes

Une quête quasi-ontologique de l'identité « *second self* » (Sherry Turkle)

Les premières « communautés virtuelles » (Rheingold, 1995)

Un espace « potentiel » (Winnicott/Jauréguiberry)

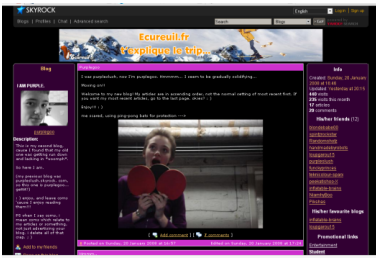
Idéologie New Age des concepteurs d'internet dans la Silicon Valley (Auspers 2003)



Phase 2. Années 2000

Une présentation de soi « expressiviste »

Skyblog



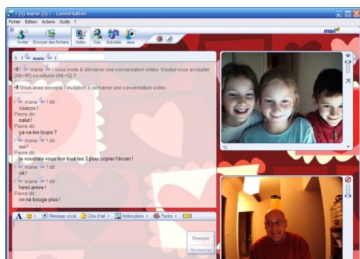
Myspace



Second Life



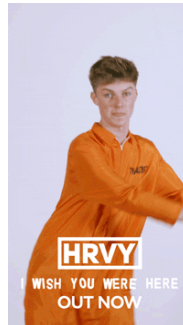
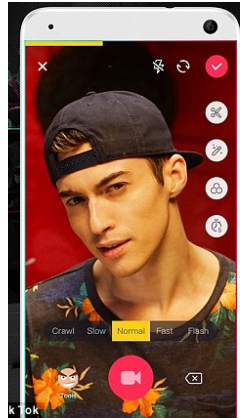
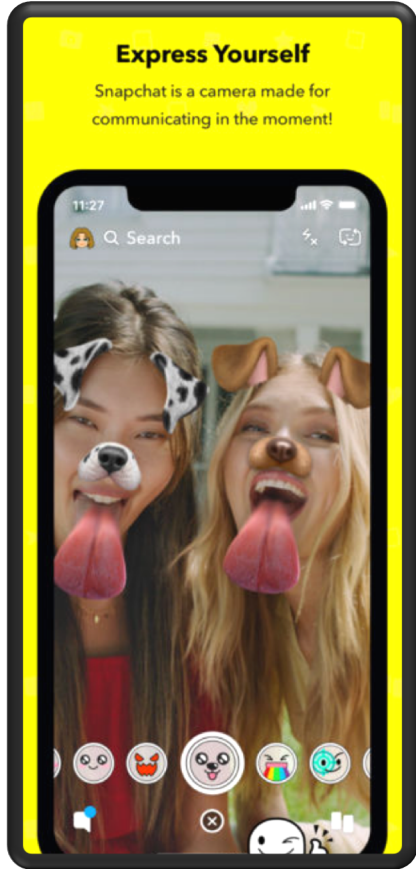
Dark Age of Camelot



- Le web fournit des matériaux pour construire la personnalité que l'utilisateur désire rendre visible
- besoin de reconnaissance
- la production de soi est soumise aux marchés et aux industries qui l'encouragent et le développent
- Association à l'identité civile, amorce des grandes bases de données personnelles
- « Individualisme expressif » (L. Allard): Le moi se met en scène comme une œuvre d'art qui n'existe que parce que l'Autre renvoie, réfléchit une image positive au sujet qui ainsi se renforce

Phase 3. Années 2010

L'identité numérique *mixte*

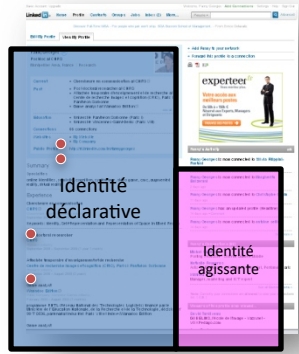
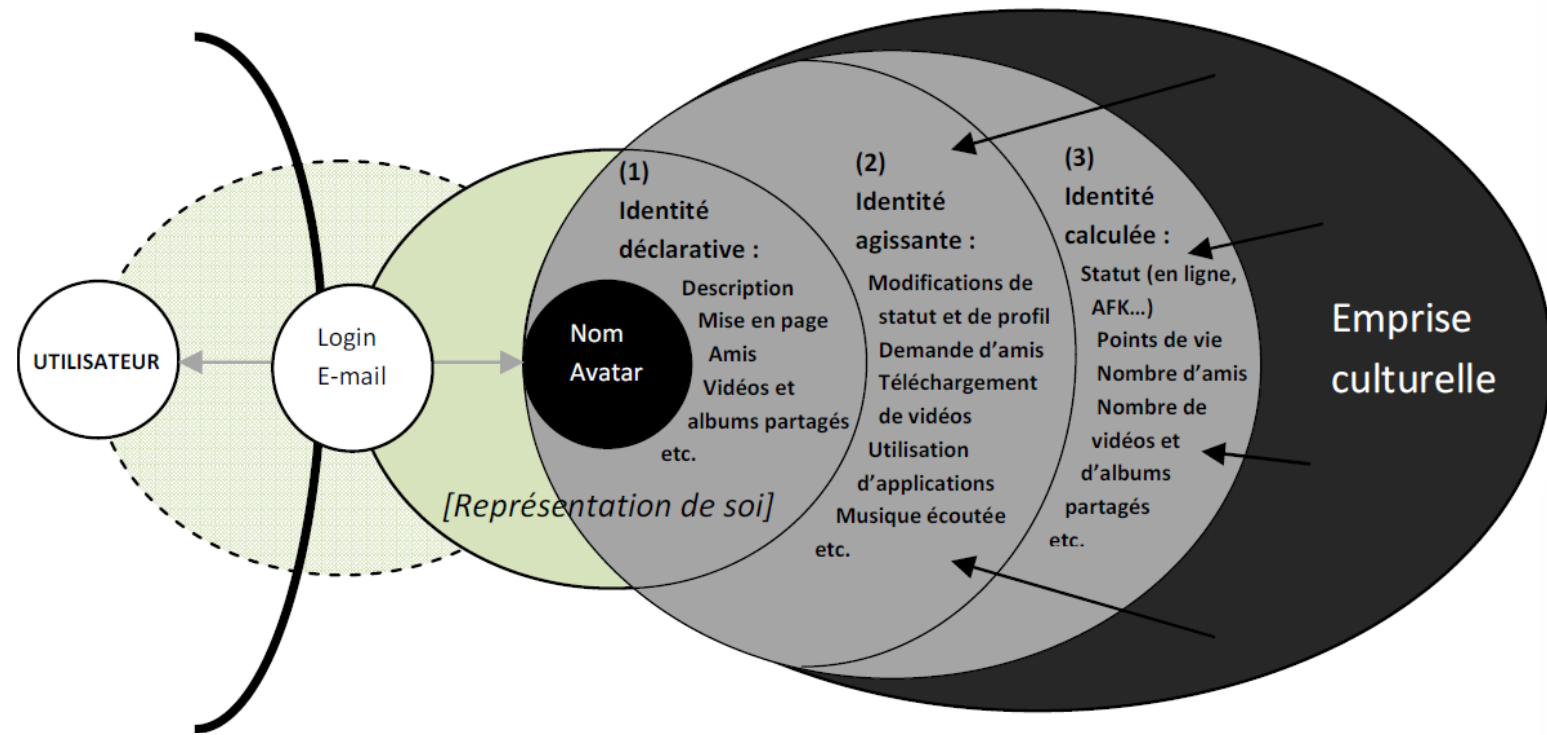


- *Quantified self*, généralisation de la délégation de la présentation de soi à l'algorithme
- Pratiques de surveillance par détournement de la géolocalisation
- Développement exponentiel des contenus créés par les utilisateurs
- Le selfie et la réalité augmentée, les formats vidéos courts
- Pratiques de deuil sur Facebook, identité numérique post mortem
- Méfiance face aux GAFAM: identité temporaire

Voir Khatchatourov - 2019



L'emprise culturelle de l'algorithme



Linkedin



Facebook

Phase 3

Conclusion

L'identité numérique

- Le serpent de mer des grandes masses de données personnelles
- Transformation de la relation à l'image de soi et au monde (vie courante)
- **Acculturation sociale et symbolique aux technologies numériques:**
 - L'expérience du Monde est modélisée par la communication numérique (« post »-technogenèse)
 - Le réel est emprisé dans sa mise en scène numérique
 - l'algorithme devient une entité avec laquelle on joue et dans laquelle on se construit

Phase 4- Années 2020

Une identité algorithmique?



- Jeu avec son reflet dans l'algorithme
- Sociabilité avec les chatbots et bots sociaux
- L'idéal New-Age des technologies numériques qui aspireraient l'esprit humain serait atteint ? /transhumanisme
- Le monde numérique est plus important que le monde « réel » (impératif de visibilité, socialisation, communautés)
- Domination des GAFAM sur les Etats

With me



Replika – Eugenia Kuyda



The AI companion who cares

If you're feeling down, or anxious, or just need someone to talk to, your Replika is here for you 24/7.

Create your Replika

Log in