

## Les identités numériques

La multiplication de nos activités en ligne a donné naissance à un nombre important de termes supposés rendre compte des enjeux que celles-ci soulèvent : traçabilité, profilage, e-réputation, visibilité en ligne ou encore identités numériques.

Cette multiplication des termes, parfois plus commerciaux que destinés à réellement décrire ce phénomène, crée davantage de confusion que de compréhension. D'autant plus que l'assimilation est souvent effectuée entre les enjeux soulevés pour les organisations publiques ou privées et pour les individus, alors que ceux-ci s'avèrent bien différents.

L'objectif de cette partie est de fournir une définition plus précise de ce qui est entendu par identités numériques pour les individus. Précisons dès à présent que nous préférons employer le terme au pluriel tant ses formes sont multiples, comme nous allons pouvoir le constater.

## Trois grandes formes de traces en ligne permettent de recomposer ces identités numériques

Tout d'abord, des informations partagées par l'individu lui-même. Elles ont pour caractéristiques d'être conscientes, volontaires et plus ou moins contrôlées par leur producteur. Il s'agit, dans le cas des réseaux socionumériques, des statuts, commentaires et photographies qui occupent la majeure partie des activités des utilisateurs. Il s'agit aussi des commentaires que l'on laisse sur des sites d'information, des avis postés sur les sites de recommandations entre consommateurs ou des sites et blogs que nous avons mis en ligne. Ces informations relèvent d'une stratégie plus ou moins aboutie de mise en visibilité de soi de la part de leur producteur.

Une autre forme concerne les traces de navigation, plus ou moins conscientes et dans tous les cas involontaires : le simple fait de naviguer sur Internet produit ces traces de connexion sur les différents sites que nous visitons. Leur regroupement relève alors davantage de la stratégie des plateformes, qui peuvent s'en servir pour rappeler à l'internaute ses dernières visites ou lui proposer des contenus appréciés par des internautes ayant visité les mêmes pages. Ces regroupements existent depuis les débuts du Web. C'est même sur ce principe que le site d'e-commerce Amazon a forgé son succès en révolutionnant l'aide à la décision sur Internet. La nouveauté apportée par les évolutions récentes d'Internet consiste à permettre l'interconnexion de ces traces entre les sites : les personnes s'inscrivant sur un site tiers avec leurs identifiants Gmail ou cliquant sur un « j'aime » au bas d'un article de leur blog préféré acceptent par la même occasion un échange de données personnelles entre les sites.

La dernière forme n'est plus produite par l'individu mais par d'autres internautes. Ces informations diffusées par des tiers à notre propos constituent a priori la forme la plus inédite de notre identité numérique. Il est important cependant de souligner à quel point les théories de l'identité considèrent qu'elle est le fruit de l'interaction entre nous et nos interlocuteurs. Ce phénomène est en revanche rendu plus incontestable par les identités numériques : les évaluations laissés sous nos profils professionnels et de loisirs, les commentaires à propos de nos posts de blogs, les photos de nous ajoutées par nos amis ou l'évocation d'activités communes que nous n'avions pas rendues publiques illustrent cette construction interactive de l'identité. Le risque porte alors sur la fuite d'informations que nous aurions préféré conserver secrètes. La photo de nous sous un angle peu avantageux, l'évocation de notre présence à tel ou tel événement auquel nous aurions souhaité participer en toute confidentialité en sont des exemples.

## Des enjeux variés

Les enjeux associés à ces trois formes d'identités numériques sont nombreux et vont du plus individuel au plus collectif.

Ils concernent les nouvelles visibilités qui en découlent et qui nécessitent de repenser les questions de vie privée comme de droit à l'oubli. Ces enjeux ne sont pas nés avec Internet - que l'on songe par exemple aux débats autour de la télévision de l'intime ayant animé les années 90 - mais Internet les rend d'autant plus aiguës. Les frontières de l'intimité sont en effet mouvantes dans les sociétés

occidentales. Loin de se traduire par un recul de la vie privée, elles nécessitent plutôt de complexifier la traditionnelle césure entre privé et public, ainsi que le propose par exemple Elisabeth Berrebi-Hoffmann (PHOTO) en leur substituant quatre logiques : la marchandisation de l'intime qui exprime l'émergence d'une troisième dimension économique et sociale entrant en concurrence avec les dimensions privées et publiques, la privatisation de la sphère publique qui concerne l'appropriation des espaces publics pour mener des activités relevant de la sphère privée, l'intime subversif transformant les questions autrefois d'ordre privé en questions politiques et l'imbrication des registres d'action qui soulève à quel point les frontières entre les trois dimensions suscitées sont poreuses et évolutives. Ces évolutions diffèrent selon les sociétés, mais il demeure important qu'elles soient négociées collectivement et non laissées à la discrétion de visions de la société incluses dans les technologies que l'on emploie

De ces nouveaux registres découlent des enjeux sociaux divers. Il peut s'agir de l'établissement de nouvelles normes collectives concernant le respect des formats de visibilité des personnes qui nous entourent. Ces règles sur le dicible et le non dicible relèvent de normes d'interactions qui gouvernaient déjà nos manières de nous comporter hors ligne et les enquêtes démontrent que leur établissement en ligne ne pose pas de problèmes majeurs aux individus : les internautes sont bien conscients des règles qui régissent les échanges sur la plupart des plateformes et savent taire les éléments potentiellement malvenus. Un risque de surveillance horizontale de chacun envers chacun demeure bien réel, mais reste maîtrisé par la conscience qu'ont les internautes des mises en scène de soi auxquelles nous nous livrons sur Internet.

Les relations professionnelles s'avèrent davantage problématiques. Si l'on a beaucoup commenté les quelques exemples de licenciements causés par la découverte de propos négatifs tenus par des employés envers leur entreprise, ces cas demeurent très rares. En revanche, la possibilité pour un collègue de faire pression sur un autre grâce à des informations qu'il aurait obtenu sur lui ou pour un employeur de juger de la qualité d'une candidature en prenant en compte des éléments extra-professionnels s'avèrent d'autant plus problématiques qu'il est difficile d'empêcher ces comportements ou même de les repérer. Par ailleurs, la propension d'Internet à s'affranchir des espaces spatio-temporels rend nécessaire de s'accorder sur les temps de travail et de loisirs, qui ne peuvent plus reposer uniquement sur une séparation physique de ces lieux de travail et de loisir. Des enjeux économiques sont aussi reliés à l'exploitation de ces traces de nos identités numériques. Des outils de profilage et de prescription par centre d'intérêt ou par proximité amicale peuvent ainsi être mis en place par les plate-formes. Cette interconnexion des données est ce qui a été appelé par Tim O'Reilly, gourou américain du Web déjà inventeur du terme Web 2.0, le Web au carré (Web<sup>2</sup>). Ce dernier découle du Web 2.0 dont le principe de la participation a permis d'amasser un nombre suffisant de données pour envisager l'exploitation de profils de consommation bien plus aboutis. Effectivement, là où chaque site disposait d'un ensemble limité de données concernant un individu, la tendance consiste désormais à pouvoir assurer sa traçabilité sur une somme bien plus vaste de sites. En découle un ensemble de modèles économiques fondés sur la gratuité pour l'utilisateur final en échange de l'exploitation de ses traces d'activité et de leur agrégation. Ces marchés multiversants ont permis de poser la question du « coût de la gratuité » pour les internautes employant les outils du Web ou les services de géolocalisation et ont abouti à la désormais célèbre formule « si vous ne payez pas, c'est que vous êtes le produit », un modèle économique finalement peu différent de celui des chaînes de télévision comme TF1. L'enjeu consiste ici à s'assurer que l'utilisateur est bien conscient de la transaction qu'il accepte au moment où il décide d'utiliser l'un de ces services : il fournit alors la matière première d'un marché du profilage en plein essor. Ajoutons que les débats portent désormais aussi sur le « digital labor », c'est à dire sur la contribution de l'internaute à la génération de richesses par les plateformes. Des systèmes optimisant leurs services ou vendant des prestations fondés sur le profilage de nos activités profitent effectivement de la moindre de nos traces et la question de ce que tire l'internaute de cette génération de profits est désormais posée car il n'est en général pas rétribué.

Enfin, des questions de surveillance, par des organisations privées comme publiques, sont posées. Les révélations de l'affaire Snowden ont souligné la volonté des états d'utiliser ces identités

numériques pour observer les citoyens. Dans des pays moins démocratiques, les exemples d'identification et d'arrestation d'individus sur la base de leurs activités en ligne rappellent aussi qu'il est difficile de prévoir si une information nous concernant ne pourra pas un jour être utilisée pour nous condamner. Dans le cadre privé, imaginons ce que pourraient tirer des compagnies d'assurance de l'historique de nos recherches sur des sites comme Doctissimo, du suivi de notre tension effectué par notre montre connectée ou de nos achats alimentaires lorsqu'elle aura à décider de nous assurer ou du prix de nos mensualités. Ces questions d'autant plus problématiques qu'elles passent par des mécanismes en grande partie invisibles aux individus nécessitent un encadrement juridique et une délibération collective sur les limites légales de cette surveillance.

### **Encadrer collectivement l'exploitation de nos identités numériques**

Cet encadrement, qu'il soit le fait de normes sociales ou de lois, s'avère d'autant plus nécessaire que les interprétations qui sont faites de nos identités numériques sont loin d'être toujours pertinentes. Beaucoup de nos traces ne prennent sens que dans le contexte où elles ont été produites. Le trait d'humour effectué entre amis pourra passer pour très insultant une fois lu par d'autres audiences. La recherche sur un sujet d'intérêt pourra ne plus signifier grand-chose au bout de quelques jours ou semaines. Si ces questions d'audience et de temporalité rendent déjà complexe la compréhension de nos traces pour un autre individu, les algorithmes analysant nos profils sont quant à eux loin de maîtriser cette complexité. Cependant, comme la plupart de ces traitements sont faits à l'insu des internautes, ceux-ci n'ont pas la possibilité de rectifier les erreurs qui sont faites à leur sujet. Si l'absence de pertinence d'une publicité censée être personnalisée n'a pas d'importance, ces erreurs deviennent bien plus problématiques lorsque des moteurs de recherche ou sites d'information sélectionnent l'information à nous présenter en fonction de ces hypothèses ou lorsqu'un recruteur renonce à nous accorder un entretien sur la base d'informations mal comprises.

Par ailleurs, le profilage de nos identités numériques amène à une personnalisation de nos navigations qui prend bien davantage la forme d'enfermements dans des silos, des bulles informationnelles pour reprendre l'expression d'Eli Pariser (PHOTO) que d'une ouverture vers une diversité de contenus : moteurs de recommandation nous renvoyant vers les produits semblables à ceux de nos navigations antérieures, sélection de résultats de recherche en fonction des catégories dans lesquelles le moteur de recherche nous aura rangés, proposition de contacts relevant des mêmes cercles et centres d'intérêts que ceux auxquels nous appartenons déjà.

Ceci pointe qu'avec Internet encore plus qu'avec les médias classiques, il est absolument nécessaire de se rappeler que ce support n'est pas une fenêtre ouverte sur le monde mais bien un dispositif effectuant des choix en matière de mise en avant de ce qui est pertinent. A une ligne éditoriale précise d'un support médiatique se sont substitués des hypothèses personnalisées sur nos goûts qui risquent de nous enfermer dans une reproduction de nos activités antérieures et de nous empêcher de rencontrer toute altérité, pourtant constitutive des sociétés modernes.

### **En guise de conclusion**

Il est délicat d'aborder en détail la manière dont ces enjeux s'actualisent selon les différentes Plate-formes d'Internet dans un format de présentation tel que celui-ci. Vous trouverez en complément à cette partie du cours des documents détaillant les formes d'identités numériques ainsi que les diverses pratiques des internautes.

Des activités vous permettront aussi d'expérimenter votre propre traçabilité et de vous interroger sur le sens que prennent les informations que vous diffusez via Internet lorsqu'elles circulent dans d'autres contextes que ceux où vous les avez publiées.