



Congrès de la Société suisse de sociologie
« Identité et transformations des modes de vie »
Genève, 7-9 septembre 2009

« L'identité personnelle à l'heure du 'soi digital' »

Atelier proposé par Olivier Voirol (Université de Lausanne) et Kai Droge (Université de Lausanne)

Dès les premiers travaux sur les réseaux d'information et de communication, la question de l'identité s'est imposée comme un axe majeur de recherche et de réflexion. Au vu du rôle croissant que joue internet dans les relations sociales à l'heure actuelle, la question de ses implications sur la construction de soi et l'identité individuelle se pose avec toujours plus d'acuité. Les blogs, les sites de rencontre, les réseaux sociaux ou encore les jeux en ligne permettent des formes d'interactions médiatisées qui participent à la transformation des modes de socialisation et de construction de l'identité personnelle.

Ces espaces interactifs en ligne, qui souvent invitent à jouer avec des « figures de soi » multiples et malléables, plus ou moins fictionnelles selon les cas, soulèvent plusieurs interrogations à la sociologie de l'identité. Plusieurs auteurs ou observateurs soulignent aujourd'hui l'apparition d'une nouvelle composante de l'identité personnelle relative à ce que certains appellent « l'identité numérique », l'« identité digitale », le « cyber self » ou encore le « soi digital ». Ce « soi digital » se caractériserait par l'ensemble des supports d'apparition des sujets en ligne, sous forme de profils digitaux sur différentes plateformes, la plupart du temps interactives. Ces profils permettent d'entrer en interaction avec d'autres participants en ligne, mais en l'absence de corps inscrits dans un espace-temps partagé ; l'interaction se fait en « téléprésence », avec des partenaires le plus souvent anonymes et inconnus.

Comment comprendre cette nouvelle composante de l'identité ? Quelles sont les relations qui s'établissent entre cette « figure de soi » online et l'identité vécue dans la corporéité et le « ici et maintenant » ? Quelle approche sociologique de l'identité faut-il privilégier pour saisir ces relations de manière adéquate ? Au vu de l'importance croissante que prend aujourd'hui la communication en ligne dans la socialisation et la formation de l'identité personnelle, il semble nécessaire d'approfondir la recherche sociologique sur ces questions. Cela d'autant plus que la recherche et la réflexion sur ces transformations en cours restent encore timides à ce jour. Plusieurs perspectives théoriques semblent toutefois se dessiner.

La première insiste sur l'émergence d'un soi « postmoderne » qui trouverait dans ces espaces d'interaction en ligne un lieu de formation et d'expression privilégié : des figures de soi multiples peuvent être inventées, permettant de réécrire sa biographie, de doter son avatar des atours corporels souhaités y compris en changeant virtuellement de sexe ou d'âge (sur ces points voir l'ouvrage classique de Turkle, 1996 ; Allard & Vandenberghe 2003).

La seconde perspective met l'accent sur le renforcement d'une tendance au « narcissisme » participant à une culture de l'expression et de l'exposition de soi où les frontières de l'intime et du public semblent sans cesse reculer (Tisseron 2006 ; Rosen 2007).

La troisième perspective cherche à différencier les modalités de présentation de soi sur internet en opérant des distinctions entre les blogs, les réseaux sociaux (Facebook, Xing, MySpace), les sites de rencontres en ligne (Meetic, etc.), les communautés d'échange de vidéo ou d'images (Flickr), les jeux « communautaires » en ligne (Second Life, World of Warcraft, etc.), selon les modes de présentation de soi et d'engagement que ces plateformes exigent (Cardon 2008 ; Ellison, Gibbs & Heino 2006).

Si ces différentes approches donnent lieu à des contributions riches et diversifiées, elles pèchent souvent par une certaine imprécision conceptuelle. C'est notamment le cas à propos des théories de l'identité susceptibles d'être mobilisées pour examiner les formes de constitution de soi en ligne en vue de clarifier les relations entre le « soi digital » et l'identité personnelle. Dans ce contexte, cet atelier se propose d'examiner la pertinence, dans ce domaine, d'une conception intersubjective de l'identité - par exemple, telle qu'on peut la trouver dans les travaux de George Herbert Mead (2006).

Si l'on prend au sérieux le caractère *interactif* du média internet, alors l'approche intersubjective s'avère d'autant plus pertinente. Cela revient à partir du principe que la constitution d'un « soi digital » dépend, de manière constitutive, des interactions avec les autres participants à cet espace virtuel. Or, ni la théorie du narcissisme esquissée ci-dessus, ni la conception post-moderne du soi ne rendent suffisamment compte de cette donne. En suivant la voie pragmatiste et interactionniste de Mead, pour lequel le développement de soi est inséparable d'une action réciproque avec des partenaires d'interaction – au niveau primaire (*significant other*) comme au niveau secondaire (*generalized other*) -, un champ complexe de réflexions et de recherches s'ouvre sur la question de la construction de l'identité à l'heure de la socialisation online. Deux questions centrales émergent en rapport à cette problématique :

- (a) Comment le « soi digital » est-il configuré par ces relations en ligne ?
- (b) Comment la relation entre « soi digital » et identité personnelle peut-elle être comprise ?

En rapport à la première question (a), deux modèles peuvent être envisagés. Le premier émet l'hypothèse que ces interactions, même en absence de coprésence, sont les lieux de rapports sociaux de reconnaissance dans lesquels les sujets rendent visibles et apprécient mutuellement leurs contributions respectives (textes, images, vidéos, commentaires, etc.). La question se pose alors de savoir comment se développent ces relations et comment elles contribuent à configurer le « soi digital ». Quelle est au juste la relation entre le « soi digital » et l'identité personnelle et comment convient-il de l'analyser ?

Le second modèle interroge ces relations à l'aune d'un cadre diamétralement différent puisqu'il s'agit alors d'une « économie de l'attention » (Franck 1998) ramenant le « soi digital » à un « caractère marketing » (Fromm 1982) agissant de manière stratégique selon les

caractéristiques du « soi entrepreneur » (Bröckling 2007). Comment se forme l'identité personnelle dans cette interaction stratégique en ligne ?

Se pose alors la question, en rapport à la question (b), de savoir si le « soi digital » doit être considéré comme un « interface », comme un partenaire d'interaction, ou encore comme une sorte d'« extension figurative de soi » variant selon différentes échelles de réalisme. On peut également émettre l'hypothèse qu'il existe différents modes d'engagement des sujets dans le « soi digital » (par ex. intensif, relâché, distancé) en vertu desquels l'effectivité de ce dernier sur la formation de l'identité individuelle peut être comprise.

Cet atelier accueillera autant des contributions empiriques que des contributions théoriques qui abordent la question des pratiques en ligne pertinentes quant à la question de l'identité.

Bibliographie

- Allard L., Vandenberghe F., 2003: « Express yourself ! Les pages perso entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », in *Réseaux*, n°117, 191-218.
- Bröckling, Ulrich, 2007: *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*. Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- Cardon, Dominique, 2008 : « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », in *Réseaux*, n°152, 93-137.
- Ellison, N.B, Gibbs, J. L., Heino, R.D, 2006: "Self-presentation in online personals", in *Communication Research*, Vol.33, n°2.
- Mead, George Herbert, 2006 : *L'esprit, le soi et la société*. Paris, PUF.
- Franck, Georg, 1998: *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München: Hanser.
- Fromm, Erich, 1982: *Psychoanalyse und Ethik. Bausteine zu einer humanistischen Charakterologie*. Stuttgart, Deutsche Verlags-Anstalt.
- Rosen, Christine, 2007: "Virtual Friendship and the New Narcissism", in *The New Atlantis*, n°17,15-31.
- Tisseron, Serge, 2006 : « Les nouveaux enjeux du narcissisme », in *Adolescence*, n°57, 603-612.
- Turkle, Sherry, 1996: *Life on the screen. Identity in the age of the internet*. London, Weidenfeld & Nicolson.

Les propositions de communication peuvent être soumises jusqu'au 30 avril 2009 aux organisateurs de l'atelier (voir contact ci-dessous). Les propositions (250 mots maximum) doivent être soumises en utilisant le fichier 'proposition_atelier_SSS09.doc' (disponible sur www.socio09.org). Les propositions peuvent être faites en français, allemand et anglais. Les organisateurs informeront les auteurs de leur décision jusqu'au 15 mai 2009.

Université de Lausanne – Fac. des SSP
Institut de sociologie des communications de masse (ISCM)
1015 Lausanne - CH

Olivier Voirol, MA
Olivier.Voirol@unil.ch

Kai Droge, chercheur FNS
Kai.Droge@unil.ch