

Avatars et identité numérique?: qui suis-je sur la grande toile??

Author : sylvain-bayet

Date : 26 octobre 2010

Le monde réel a toujours présenté une insuffisance grave aux yeux de certains?: il est impossible de le modeler selon sa volonté ou ses désirs. Et c'est là qu'intervient Internet et sa fameuse «?réalité virtuelle?», accessible à n'importe quel utilisateur souhaitant changer de vie, de forme ou d'identité. Comme il l'a toujours rêvé. De plus en plus prisée, la réalité virtuelle est appelée à devenir le nouveau média de demain. Petit à petit, elle redéfinit nos catégories mentales, notre société, notre économie et bien sûr notre identité. Deux phénomènes identitaires sont à l'œuvre sur Internet?: l'identité numérique développée sur les réseaux sociaux et l'avatar préservant l'anonymat dans des programmes tels que *Second Life*.

Les réseaux sociaux?: consommation sous contrôle

Qui dit réseau social, dit *Facebook*... Impossible de l'ignorer. Son influence est telle que son mode de fonctionnement se généralise à l'ensemble du Net. Il est partout. Les autres réseaux sociaux concurrents ne peuvent que suivre le mouvement. Facebook se veut l'emblème d'un nouveau type de Web, un Web social qui connecte les gens entre eux. L'utilisateur a la possibilité de se créer une identité numérique via son compte personnel. Il se définit en premier lieu par des images et des statuts modifiables à souhait. Avec Facebook, l'identité devient plurielle, changeante et interactive. Les «?amis?» de l'utilisateur peuvent commenter ses changements de photo ou de statut. C'est d'ailleurs le groupe d'amis qui est mis à l'honneur puisqu'on se définit pour un public, les «amis?». On se situe dans le registre du loisir mais en même temps, on constate que la gestion en ligne de sa propre image fait toujours l'objet de stratégies élaborées. Les clichés révèlent une volonté de caractérisation individuelle, d'affichage social. Exactement comme les portraits peints ou les premiers portraits photographiques il y a un siècle encore.

Mais ce n'est pas tout. Facebook a mis au point des procédés de marquage sémantique?: les boutons «like?» ou «?recommandations?» par exemples. De cette manière, cette plate-forme devient une espèce d'annuaire des goûts de chaque utilisateur. Selon vos goûts, Facebook vous propose d'autres personnes à rencontrer, d'autres vidéos à visionner, d'autres sites à visiter ... «?Je consomme donc je suis?» pourrait-on dire. Ou encore «?Je consulte donc je suis?». Tout cela n'est pas sans risque. Car toutes les informations concernant les goûts des utilisateurs sont mis en disponibilité pour tout le Web. La capacité de ciblage publicitaire est sans précédent.

D'autre part, des tiers nuisibles peuvent espionner via Facebook et le net d'une manière générale. Bon nombre de recruteurs vérifient le profil des candidats pour un emploi par exemple. Le magazine «?Le Tigre» avait réalisé une enquête édifiante à ce sujet: en prenant un

nom au hasard, les journalistes avaient fouillé sur Internet pour trouver des éléments sur la vie de cette personne. Le résultat final, regorgeant d'informations personnelles et indiscretes, fait froid dans le dos. Toujours dans cette optique, des sites Internet, comme « jepubliejeréfléchis.net? », existent maintenant pour prévenir les utilisateurs potentiels de ce genre de déconvenues.

L'e-réputation

Outre les réseaux sociaux, l'identité numérique se construit aussi via d'autres éléments comme du signalement d'articles, de vidéos ou d'images sur le net. Plus bien sûr, tous les textes rédigés par l'utilisateur concerné, qu'il s'agisse d'une participation à un forum, d'un article ou d'un commentaire. Tous ces contenus laissent des traces sur le site qui les héberge et dans l'index des moteurs de recherche. Tout est toujours rattaché à un auteur. En résumé, l'identité numérique se compose à la fois de données formelles (des coordonnées, des certificats, des curriculum vitae...) mais aussi de données informelles (billet d'humeur, avis, commentaires...). Il n'est guère aisé de gérer et de contrôler l'ensemble de ces contenus et ainsi se préserver une bonne e-réputation. Sur Internet, subsiste toujours une part d'incertitude. C'est pourquoi sont apparues des sociétés qui prennent en charge l'e-réputation d'un tiers ou d'une entreprises.

L'avatar?: une nouvelle identité??

Autre versant de l'identité sur Internet, les avatars représentent le symbole de l'image de synthèse. L'avatar est une icône, en 2D ou en 3D, anthropomorphique ou pas, mais qui à chaque fois figure l'internaute. Le terme, apparu dans le milieu des jeux vidéos (« ?Donjons et dragons? ») et de la littérature cyberpunk a une origine plus ancienne encore. Dans la mythologie hindoue, les avatars désignent les incarnations successives du dieu Vishnou dans notre monde terrestre. L'idée d'incarnation est essentielle. L'avatar se veut la possibilité d'exister dans un autre monde, sous une autre forme et avec une nouvelle vie. On le retrouve également dans les réseaux sociaux et les services de messageries.

Beaucoup imaginent que l'avatar permet à l'utilisateur de découvrir de nouvelles facettes de son identité et de les jouer à l'abri des normes et codes sociaux. À y regarder de plus près, on se rend compte qu'il n'en est rien. Les préjugés du monde réel perdurent dans les univers virtuels. Rien que dans la conception de l'avatar, la plupart des gens optent pour une entité qui leur ressemble. Même si elle reste une forme améliorée d'eux-mêmes. On remarque encore que les silhouettes majoritairement choisies sont directement issues des canons de la mode?: finesse, jeunesse, hétérosexualité. Par exemple, dans le célèbre jeu Second Life, les joueurs ont l'opportunité d'habiller leur avatar. Les codes d'habillement et de physionomie du monde réel sont reconduits et mêmes exacerbés, à l'instar d'une publicité par exemple. Même les échanges entre joueurs s'effectuent sous les normes du monde réel. Sur Second Life, le joueur travaille pour obtenir de l'argent (une monnaie propre au jeu) puis achète des objets à consommer (vêtements, bijoux...). Les rapports de force sont reconduits?: entre hommes et femmes notamment.

Le média Internet a bouleversé la définition de l'identité. Etre sur la toile n'est pas chose aisée. Avatars et identités numériques ne sont pas sans dangers. Contrairement aux idées reçues, le monde réel, fait de rapports de force et de normes, influence les mondes virtuels ou les principes de l'identité numérique. Consommation et surreprésentation narcissique définissent finalement une liberté...bien virtuelle.