

Appel de textes

IDENTITES NUMÉRIQUES

Presses de l'Université du Québec, Collection « Cahiers du Gerse », 2014
(www.gerse.uqam.ca)

Sous la direction de :

Maude Bonenfant (Communication sociale et publique, UQAM)

Charles Perraton (Communication sociale et publique, UQAM)

DATE DE TOMBEE : 1^{ER} FEVRIER 2014

On pourrait croire à tort que les internautes sont libres de se construire n'importe quelle identité, parce qu'ils n'auraient aucune contrainte physique dans le cyberspace. L'identité serait ainsi sortie de ses frontières pour permettre à chacun de créer et multiplier à sa guise autant d'identités qu'il le souhaite. Cette perception repose sur le mythe voulant que le « réel » et le « virtuel » seraient deux mondes séparés n'ayant pas les mêmes normes culturelles, les mêmes contraintes matérielles ni les mêmes intérêts économiques. Elle se fonde sur l'idée que les expériences hors ligne seraient incarnées, alors que les expériences en ligne ne le seraient pas. Pourtant, le corps de l'internaute n'est pas complètement exclu de l'expérience en ligne, ne serait-ce parce que c'est le lieu d'expériences perceptuelles, conceptuelles et affectives bien réelles dans ses effets. Le corps ne perçoit-il pas des influx lumineux, ne touche-t-il pas le clavier, ne ressent-il pas des émotions dans ses organes ?

Le monde hors ligne et le monde en ligne n'évoluent pas en vase clos, mais partagent plutôt des signes, des règles et des conventions similaires. On reconnaît que le corps n'est pas affecté de la même manière selon que l'expérience est en ligne ou non. On conçoit que l'univers numérique comporte des contraintes et des possibilités qui lui sont propres ; par exemple, l'usage d'avatars implique un rapport différent à soi, un moyen spécifique de se présenter aux regards des autres. Les avatars ne servent pas qu'à se représenter physiquement ou qu'à projeter une image idéalisée, ils servent aussi à représenter ce qui est accompli par des marques visibles et à répondre à des objectifs fonctionnels qui n'ont pas nécessairement d'équivalent dans le monde hors ligne. On comprend également que le code de programmation des environnements en ligne transforme en règles « structurelles » des normes sociales et change par là la capacité des usagers à modeler leur identité.

Il ne faudrait toutefois pas conforter la croyance dans le sujet et dans l'idéologie de la représentation de laquelle il relève en centrant le questionnement sur l'identité. Sujet et identité vont en effet de pair avec une surestimation de la conscience et une conception idéaliste de la volonté. On le sait, la notion d'identité est d'une grande utilité pour caractériser et responsabiliser les individus dans les sociétés de contrôle. Elle permet aux autorités et aux gestionnaires de toutes sortes d'administrer les corps à distance ; elle permet aux organisations de profiter du numérique pour développer de nouveaux outils de profilage. Elle pourrait faire écran à la compréhension des

véritables enjeux de l'expérience du cyberspace si on oublie de porter l'analyse sur les différents agencements auxquels ouvre l'expérience des mondes virtuels où se trouvent mobilisés les corps et les objets dans l'exploration de nouveaux territoires et l'invention de nouvelles formes de vie.

Dans le cadre de cette publication, nous recherchons donc des articles qui explorent la notion d'identité et les processus de subjectivation à l'œuvre dans les mondes en ligne à partir de différentes perspectives et champs de recherche. Nous sommes intéressés par des questionnements critiques et théoriques ainsi que des études de terrain qui présentent de façon problématisée la dynamique abordée dans ce numéro. À titre indicatif, voici une liste de thématiques et problématiques pertinentes (liste non exhaustive ouverte aux propositions des auteurs) :

- identité, subjectivité, identification
- avatar, corps et matérialité
- performance et performativité
- identité hybride, multiple et changeante
- rôle du design dans la construction de l'identité
- profil utilisateur, conventions sociales et contrôle
- déterminisme technique, profilage et marchandisation
- agentivité, appropriations créatives et détournement des dispositifs

Veillez s'il vous plaît prendre note des informations suivantes concernant les règles à suivre pour la soumission de votre texte, et garder à l'esprit que le non-respect de l'une ou l'autre de ces consignes pourrait entraîner son refus.

- 1) La date limite pour la remise de votre texte est le 1^{er} février 2014.
- 2) Le texte soumis doit absolument s'inscrire dans la problématique énoncée dans l'appel de textes.
- 3) Votre texte devrait compter un maximum de 45 000 caractères, incluant les espaces.
- 4) Vous devrez accompagner votre texte d'un bref résumé (2000 car. max.) et d'une courte notice biographique (1000 car. max.).

Le tout devra être envoyé par courrier électronique à l'attention de :

Charles Perraton, Ph.D.

L'identité en ligne

Département de communication sociale et publique, Université du Québec à Montréal

Case Postale 8888, succursale Centre-Ville, Montréal (Québec), Canada H3C 3P8

Tél.: (514) 987-3000 4510# – Fax : (514) 987-6186

Courriel : gerse@uqam.ca – Site Web : <http://www.gerse.uqam.ca/>

N'hésitez pas à communiquer avec nous si vous avez des questions. Dans l'attente de votre texte, nous vous adressons nos plus sincères salutations.