

Les nouveaux espaces de communication virtuelle : le cas de Facebook

Bentenbi CHAIB DRAA TANI⁽¹⁾

I. Introduction

Bien que l'évocation de la révolution internet relève du grand classique, voire d'une banalité affligeante en ce début de XXI^e siècle, nous ne pouvons passer à coter, ou ne pas évoquer dans le cadre de cet article, la conception et la mise en place d'un outil qui a bouleversé à jamais nos manières de communiquer, d'échanger, de vivre avec l'autre. La démocratisation d'internet et la facilité de connexion pour bon nombre d'utilisateurs via le haut débit a permis au monde entier de s'ouvrir à lui-même. Désormais, il est possible pour tous, ou presque, d'avoir accès à l'information, dans une vertigineuse exploration du savoir, sans barrière ni tabou. Internet semble fournir une réponse à chaque question. Les moteurs de recherche s'appliquent scrupuleusement à satisfaire nos besoins en matière d'information, et même à en susciter de nouveaux : Même si nous ne pensons découvrir tel sujet ou domaine, internet nous y invite et nous guide dans les espaces chaque jour florissants de ce qui n'était au départ qu'un vaste désert d'informations et de données traduites d'une succession de codes et de chiffres.

Un désert que l'homme a voulu investir, comme un nouveau monde à conquérir, à la différence près que, pour la première fois depuis l'aube de l'humanité, il ne l'a pas découvert, mais créé de toutes pièces. Car l'homme a besoin de ses congénères pour exister. Et internet, cet outil technologique doué pour l'information et l'échange de données entre êtres humains par voie électronique, manquait tout de même de «l'autre», pour faire du monde virtuel un monde agréable à vivre.

C'est ainsi que de nouveaux besoins ont vu le jour dans le monde virtuel : celui de communiquer, d'échanger, de se rencontrer, de créer des liens avec d'autres utilisateurs. L'homme voulait faire de ce nouveau monde un lieu où il se sente chez lui : un «village planétaire» (*global village*), pour reprendre l'expression de Mc Luhan¹. Bien que la notion de

⁽¹⁾ Université d'Oran, 31000, Oran, Algérie.

¹ Mc Luhan, Marshall (2008), *Pour comprendre les médias*, Paris, Éditions Mame/Seuil, p. 25-40.

communication virtuelle soit connue bien avant l'explosion d'internet dans les années 90, avec les réseaux interuniversitaires américains par lesquels les informaticiens pouvaient communiquer entre eux, c'est plutôt avec l'expansion d'internet au grand public qu'elle prend l'importance et la valeur qu'on lui donne aujourd'hui.

II. Les nouveaux espaces de communication virtuelle

À notre époque où le virtuel a autant de place et d'importance dans nos vies que le réel, sinon même davantage, et qu'il est par conséquent tellement banalisé qu'on en oublie de comprendre comment on en est arrivé là, peut-être est-il opportun d'en rappeler la définition : du latin médiéval *virtualis*, qui signifie « qui n'est qu'en puissance »², le virtuel a une existence dans l'imagination, et peut avoir une action sur la réalité. C'est ainsi que Pierre Lévy³ oppose le virtuel à l'actuel, et le réel au possible : en d'autres termes, le virtuel est une forme de réalité, mais dans une dimension de potentialité. Pour Philippe Quéau⁴, le virtuel s'inscrit au contraire dans l'ordre du réel. Réflexion pertinente : le virtuel ne contribue-t-il pas au déroulement d'événements concrets ? N'a-t-il pas, par le simple fait d'être exploité par les internautes, une existence réelle ? D'autre part, le virtuel a cela de particulièrement séduisant, que tout est conçu sur internet pour que l'on ait envie d'y rester : des pages attractives, une facilité d'utilisation et une liberté d'action ajoutées à l'abolition des contraintes spatio-temporelles, que de nombreux auteurs de science-fiction ont exploitée bien avant dans des fantasmes romanesques, dont ils ne pouvaient soupçonner qu'un jour, à l'ère internet, ils se réaliseraient.

Internet est donc devenu, il n'y a pas si longtemps que cela, la préoccupation quotidienne et principale des êtres humains. Outre ce contexte dans lequel ces personnes communiquent, une vie sociale se développe dans la conscience des usagers. Ainsi, ces espaces de discussion génèrent un espace social dans lequel se développe "des manières d'agir, de penser et de sentir, extérieures à l'individu"⁵. Pierre-Yves Schneider va plus loin en affirmant qu'« avec internet, de nouveaux services se répandent qui vont bientôt devenir indispensables à la vie et au lien social »⁶ Cette tendance interroge, inquiète, partage : pour les

² Selon le Dictionnaire historique de la langue française Le Robert.

³ Lévy, Pierre (1995), *Qu'est-ce que le virtuel ?*, Paris, La Découverte.

⁴ Queau, Philippe (1995), *Cyberespace ou le jeu vertigineux du virtuel*, interview pour « Les humains associés ».

⁵ Durkheim, Émile (1983), *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, PUF, p. 6.

⁶ Cité par Herbet, Justine (2001), « L'Internet: un nouveau moyen de se réunir? » in *Esprit critique Revue internationale de sociologie et de sciences sociales*, Vol.03 N°10.

technophiles tel le philosophe du cyberspace, pierre Levy⁷, c'est une «reconnexion globale de l'espèce avec elle-même»; pour les technophobes comme Paul Virilio⁸, la communication virtuelle est le gage de relations sans corps, désincarnées, dans lesquelles les individus se terrent, remodelant un monde qui ne leur convient pas, auquel ils ne veulent pas participer, pour lequel ils ne se sentent absolument pas responsables.

Et pourtant, quelles que soient nos motivations, envie, peur, curiosité, nous sommes tous tentés d'être connectés. Les plus réfractaires, les grands résistants n'y échapperont pas : nous sommes englobés pour certains, englués pour d'autres, dans un système de pensée nouvelle, uniquement motivé par le souci du lien avec l'autre. Désormais, internet se définit, non plus dans une dynamique informative et consultative, mais comme un outil de communication virtuelle.

III. Les communautés virtuelles

Une communauté virtuelle est un ensemble d'individus qui partagent un univers propre à eux et qui ont des rapports réguliers à travers des processus sociaux complexes. Howard Rheingold définit les communautés virtuelles de façon pertinente : Ce sont «des regroupements socioculturels qui émergent du réseau lorsqu'un nombre suffisant d'individus participent à ces discussions publiques pendant assez de temps en y mettant suffisamment de cœur pour que des réseaux de relations humaines se tissent au sein du cyberspace.»⁹ À cette définition s'ajoute celle de Pierre-Léonard Harvey : «Les membres des communautés virtuelles partagent des codes, des croyances, des valeurs, une culture et des intérêts communs»¹⁰. Il ne suffit donc pas de fréquenter des espaces virtuels pour qu'une communauté virtuelle se développe, car c'est plutôt dans les esprits de ses membre qu'elle a une plus forte existence.

Le principe des communautés virtuelles s'inspire d'une nouvelle de Frigyes Karinthy, *Chaînes*, publiée en 1929, et qui avance l'idée que «chaque *personne dans le monde est reliée à une autre au travers d'une chaîne de connaissances (amis, proches...) comprenant au maximum six maillon*»¹¹ : c'est la

⁷ Lévy, Pierre (2000), *World Philosophie*, Paris, Odile Jacob, p. 20 et 211.

⁸ Virilio, Paul (1996), *Cybermonde, la politique du pire*, Paris, Textuel.

⁹ Cf. Rheingold, Howard (1995). *Les communautés virtuelles* (trad. Lionel Lumbroso), Paris, Éditions Addison-Wesley France, SA, coll. Mutations Technologiques.

¹⁰ Harvey, Pierre-Léonard (1995), *Cyberspace et communautaire : appropriation, réseaux, groupes virtuels*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval.

¹¹ Gervais, Jean-François (2007), *Web 2.0 : Les internautes au pouvoir. Blogs, Réseaux sociaux, Partage de vidéos, Mashups...*, Paris, Editions Dunod, p.13.

théorie des six degrés de séparation. En 1967, le concept est repris par Stanley Milgram à travers l'expérience *Small World Phenomenon* qui demeure une référence d'après une étude réalisée en 2002¹². En 1991, Mitchell Kapor révolutionne les espaces sociaux virtuels en créant de nouveaux logiciels: inspirés des travaux de Christopher Alexander¹³, ils redéfinissent la notion de communauté virtuelle de manière architecturale, leur offrant une possibilité d'interaction, de structuration et de contextualisation. Au-delà de ce bref historique, il existe des constantes socio-psychologiques qui motivent les utilisateurs à intégrer une communauté virtuelle : la valorisation de l'individu, la confiance, la reconnaissance, l'amitié. Ce sont donc toutes ces valeurs qui vont lier les individus aux autres, puis à d'autres encore, jusqu'à ce que la taille moyenne des réseaux sociaux atteigne les 124 personnes. Cent vingt-quatre personnes parmi les millions d'utilisateurs dans le monde, qui éprouvent le besoin de communiquer parce qu'elles ont des affinités, et qui vont nouer des liens amicaux, mais aussi des liens plus forts, allant jusqu'à bouleverser leur vie réelle.

IV. Un espace libre de toute contrainte spatiotemporelle et de toute barrière socio-psychologique

Quoi que conscients de la dépendance aux ordinateurs et aux réseaux sans fil, qui se fait sentir chez bon nombre d'entre nous, nous restons quand même fidèles à ces écrans qui nous lient au monde par des liens hypertextes. Les clics remplacent les kilomètres pour retrouver ceux, qui ne sont parfois qu'à quelques mètres de soi, voire dans la pièce d'à côté. Le clavier remplace l'oralité, dans un jargon parfois difficilement intelligible, mais qui obéit à des codes de communication compris seuls des usagers (smileys, acronymes tels que LOL, qui signifie, pour tous ceux qui l'auraient déjà oublié ou pour les néophytes « Laugh and loud ») ; et même, un avatar remplace... votre personne, qui bien trop inhibé, timide, complexé, n'osez faire le grand saut vers la rencontre de l'autre ! La communication virtuelle a ce pouvoir de faire de vous une autre personne, plus belle, plus forte, plus audacieuse, plus sympa, plus séduisante. C'est cette nouvelle personne, qui est vous-même sans vraiment l'être, qui va rencontrer l'autre, qui va communiquer, qui ne va plus être seule, qui va rencontrer des amis.

Peut-on dire alors dans ce cas, que la communication virtuelle est faussée, suivant la logique d'un vaste mensonge, d'une grande

¹² Haggblom, Steven, J. & col (2002). "The 100 Most Eminent Psychologists of the 20th Century", in *Review of General Psychology*, vol. 6, n° 2, p. 142.

¹³ Christopher, Alexander (1970), *Notes On The Synthesis Of Form*, Harvard University Press.

supercherie, de la prévalence d'une personne qui n'est pas telle qu'elle existe dans la réalité ? C'est en effet un des écueils qui se dresse devant ce nouveau constructeur de liens sociaux. Pour autant, il a aussi le don de les sublimer. Car la communication virtuelle libère l'utilisateur non seulement des contraintes spatio-temporelles, mais aussi des contraintes sociales très souvent rédhibitoires : un physique disgracieux, un handicap, des troubles psychiques sont autant de freins à la communication dans la réalité. Un réflexe primitif, au sens littéral du terme, mais que l'on barre désormais au crayon rouge dans notre société qui n'est pas plus sincère et vraie que celle qui existe virtuellement. Alors, pourquoi regarder d'un air curieux, ceux pour qui il est plus facile de créer des liens sociaux sur la toile, quand justement la société réelle les a d'une manière ou d'une autre écartés ?

V. Mutation des liens sociaux

Désormais, ce sont des millions d'utilisateurs qui sont fascinés par ce nouveau moyen de communiquer : on est seul chez soi mais on peut avoir une vie sociale ; on est soi-même, dans la représentation que notre miroir nous renvoie tous les jours, mais on peut être quelqu'un d'autre, ou quelqu'un de mieux gommé, libéré des contraintes physiques, spatio-temporelles, et même parfois morales.

La communication virtuelle a ainsi redéfini les liens sociaux, a contribué à leur mutation. Les utilisateurs, apprenant à se connaître à force d'échanges et de rencontres virtuelles, se sont rapprochés, ont eu des intérêts communs. Ainsi, les réseaux sociaux virtuels (*social network*) ou communautés virtuelles sont depuis quelques années le lieu privilégié de ces échanges : un espace social virtuel se définit par une structure faite de nœuds (individus connectés) qui établissent des liens entre eux. Le fonctionnement est très simple, convivial et interactif : il suffit juste de créer un profil, d'y ajouter une photo, quelques informations personnelles évoquant ses centres d'intérêt, et on est fin prêt à adhérer à une communauté virtuelle. Il suffit ensuite d'envoyer des messages invitant un ou plusieurs de ses amis à venir visiter sa page ; ces amis invitent eux-mêmes d'autres amis, qui deviennent les vôtres, et ainsi de suite, jusqu'à ce que tout le monde soit relié au sein d'une communauté virtuelle. Aujourd'hui, les statistiques chiffrent le nombre d'utilisateurs à plusieurs dizaines de millions dans le monde. A titre d'exemple, selon une étude réalisée par SemioCast¹⁴, LinkedIn compte 90 millions de membres, Twitter, particulièrement utilisé par les professionnels,

¹⁴ Société française spécialisée dans les études marketing et d'opinion.

continue d'attirer massivement le grand public avec 210 millions d'utilisateurs, dont 2,4 millions en France.

Quant à la nature des liens que tissent les utilisateurs entre eux, elle est aussi riche que complexe, et encore bien mal définie : en effet, la culture, l'éducation, l'origine sociale, le niveau d'études se conjuguent à une typologie tout aussi floue en matière de motivations. Les individus s'inscrivent sur des espaces sociaux virtuels dans une perspective personnelle ou professionnelle, voire les deux ; ils cherchent et échangent des informations, donnent et reçoivent des conseils, veulent faire de nouvelles rencontres, ou encore se divertir. La formation de ces communautés est plus ou moins hasardeuse et surtout progressive, puisqu'elles se construisent au fil des échanges.

VI. Un garde-fou : la Netiquette

De plus en plus fréquenté par les utilisateurs, ces êtres humains qui gèrent à la fois leur existence réelle et virtuelle, internet s'est vu dessiner progressivement les contours d'une société, dans son acception « ensemble d'individus unis par la nature ou vivant sous des lois communes »¹⁵. Car nul ne peut ignorer que, pour qu'une société fonctionne et perdure, elle doit avoir un minimum de règles. Sur internet, il s'agit de la Netiquette : contraction de « net », « éthique » et « étiquette », ce néologisme proposé par Sally Hambridge en 1995 regroupe plusieurs règles relatives à l'usage d'internet, telles que prudence, clarté, respect, courtoisie et concision¹⁶. Dans les grandes lignes, retenons un adage propre à la communication virtuelle : « Ce que vous ne feriez pas lors d'une conversation réelle face à votre correspondant, ne prenez pas internet comme bouclier pour le faire. » La Netiquette se voulait un garde-fou qui préserve internet des dérives possibles de son utilisation par l'homme. Des dérives inéluctables, soyons honnêtes : l'homme est un animal doué d'une grande intelligence, alors comment peut-il être raisonnable ? Un écran d'ordinateur est certes une fenêtre ouverte sur le monde, mais aussi une vitre de verre derrière laquelle on peut se protéger, et laisser libre cours à toutes ses pulsions. La communication virtuelle a elle aussi son « côté obscur », pour reprendre l'expression manichéenne mais juste de la saga *Star Wars*. Si elle représente pour beaucoup un outil facile et convivial pour communiquer avec sa famille, ses proches, et se faire de nouveaux amis, elle est pour d'autres un exutoire, une opportunité de libérer une

¹⁵ Définition tirée du dictionnaire Lexis Larousse.

¹⁶ RFC 1855. Netiquette guidelines <http://www.dtcc.edu/cs/rfc1855.html>

violence, une haine, une gratuité accrue par la facilité de l'anonymat. La Netiquette est rapidement devenu un garde-fou factice, référentiel courageux mais dérisoire d'une bienséance virtuelle qui, devant l'ampleur, la richesse et la complexité de la communication virtuelle, a fini par ne pas peser bien lourd.

VII. Limites de la communication virtuelle : quand la technologie ne peut remplacer l'homme

Les communautés virtuelles sur l'écran se présentent aux yeux des utilisateurs sous une dimension tout à fait humaine : elles n'obéissent à rien d'autre qu'aux mêmes mécanismes cognitifs, techniques et sociaux qui déclenchent chez l'être humain l'envie d'aller vers l'autre tout en les sublimant : elles facilitent la tâche aux utilisateurs, en leur servant un cocktail de procédés et de réflexes formatés dans un unique but, rencontrer un autre utilisateur et s'en faire un ami, d'où l'aspect particulièrement séduisant de cette nouvelle manière de communiquer. Cependant, il ne faut pas perdre de vue que la communication virtuelle, malgré sa dimension révolutionnaire, ne pourra jamais remplacer la communication réelle, « non-verbale » qui fait parler le corps de celui ou de celle qui parle. A cet effet, on peut citer l'exemple de la position des mains ou des jambes qui exprime certaines de nos émotions ou le frémissement des lèvres, l'œil pétillant ou fuyant, sont autant de signes pour que la communication passe bien ou mal entre deux individus . A ce propos, on peut aller plus loin et se demander si ce « sixième sens », que l'on appelle aussi l'intuition, obéissant à une communication non-verbale encore inexpliquée à ce jour, mais bien réelle, existe dans le monde virtuel ?

La motivation des utilisateurs se situerait peut-être au-delà du besoin de l'autre, qui est un réflexe primitif et naturel, inscrit dans nos gènes depuis la nuit des temps. Le succès de ces communautés virtuelles est peut-être plutôt révélateur d'une époque, d'un contexte où l'hypervisibilité est la condition sine qua non pour exister, où le fait de se noyer dans la masse, d'appartenir à un groupe qui nous ressemble, nous donne une légitimité que nous ne connaissons pas dans la vie réelle. Nous croyons ne pas la connaître, mais elle existe pourtant bel et bien : elle est là, auprès de nos proches, de notre famille, de nos collègues. Simplement, elle est plus difficile à obtenir, elle demande des efforts de conciliation, de compromis, de tout ce qui fait que nous sommes des êtres sociaux. Si les sociologues s'interrogent et s'inquiètent de l'individualisme croissant dans ce monde, alors pourquoi les

communautés virtuelles comptent-elles autant d'utilisateurs, comme c'est le cas par exemple de Facebook ?

VIII. Bref historique de Facebook

Facebook est l'icône des réseaux sociaux virtuels existant aujourd'hui. Cet espace électronique a été fondé en 2004 par Mark Zuckerberg, un étudiant de l'université de Harvard âgé de 26 ans à l'époque des faits. Au départ, Facebook (« The Facebook » à l'origine) était un réseau interuniversitaire américain, dont le principe s'inspire des trombinoscopes. À partir d'informations simples renseignées par l'utilisateur, telles que le nom, la photo, les centres d'intérêts et les loisirs, les étudiants pouvaient découvrir le profil d'un autre étudiant, et entrer en contact avec lui, dans le but d'échanger des informations, mais aussi d'élargir son réseau de connaissances, et pourquoi pas se faire des amis. En 2005, Facebook devient accessible pour les étudiants du monde entier. La simplicité de son utilisation est séduisante, dans une société où tout va très vite, où la performance et les résultats doivent être immédiats, où la patience et l'effort sont presque obsolètes : les rencontres sont faciles et rapides, le contact avec des amis est entretenu, les échanges peuvent se faire par une messagerie privée... On peut même signaler à un autre utilisateur qu'on l'a sollicité avec un « pock »¹⁷. Et bien entendu, les informations de tous les utilisateurs sont visibles pour toutes les personnes inscrites sur le site. Les échanges sont donc systématiques, pour ne pas dire incontournables, voire obligatoires.

IX. Les facebookers : Nouvelle population émergente

Facebook compte plus de 500 millions d'utilisateurs actifs (fig. 1) dont 50% se connectent quotidiennement. Les personnes passent 700 billions de minutes par mois sur Facebook, et interagissent avec pas moins de 900 millions d'objets (pages de communautés, groupes et événements). 7 millions de messages sont échangés par jour¹⁸, sur ce

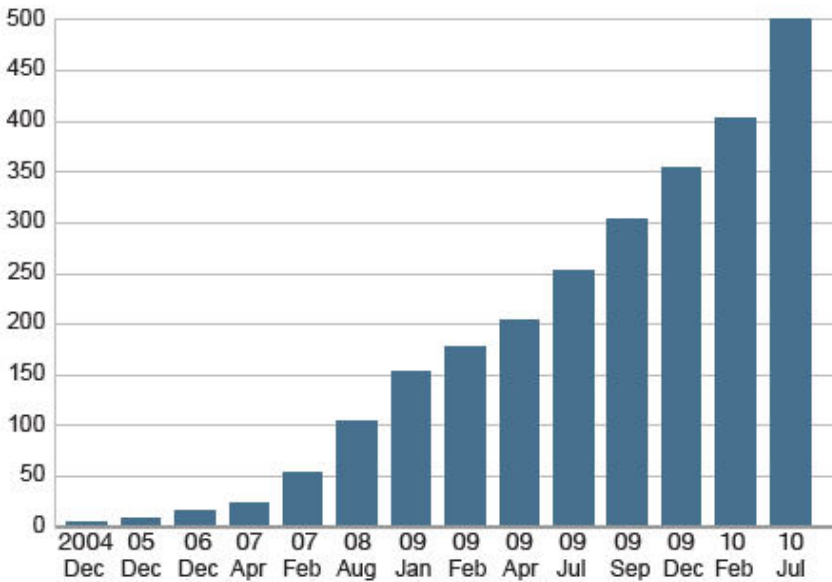
¹⁷ Pocker quelqu'un sur Facebook, c'est attirer son attention en tapant virtuellement à son épaule ou en lui faisant un clin d'œil. Certains estiment que le pocke peut même avoir une autre connotation.

¹⁸ <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

réseau social qui serait selon une étude de *Compète*¹⁹ en passe de mener encore davantage de trafic que le géant des moteurs des recherches Google.

The rise of Facebook

Active users, millions



Source: Facebook

Quant aux facebookers, ils sont de culture, d'éducation, d'âge, de sexe, de niveau d'études différentes. Les chiffres dont nous disposons montrent la prédominance des hommes dans l'utilisation de Facebook. Mais nous ignorons à ce jour, la fiabilité de ces données surtout que plusieurs personnes inscrites sur Facebook se font passer par des personnes de sexes différents.

D'autres statistiques disent que 45 % des utilisateurs ont plus de 35 ans, et que 60 % ont fait des études supérieures... Mais l'ampleur du phénomène Facebook est si récente et brutale qu'il est encore plus incertain d'avoir une réponse tangible sur la question.

¹⁹ Disponible sur le site *compète*
<http://siteanalytics.compete.com/facebook.com+google.com/?metric=uv>

X. Règles et codes de Facebook

Parallèlement à la théorie des six degrés de séparation, de Karinthy avancée plus haut, « le nombre de Dunbar », de l'anthropologue Robin Dunbar, défend l'idée que la taille moyenne d'un groupe d'humains cohérent est de 148 personnes, et que ce nombre est relatif à la taille de notre néocortex²⁰. Robin Dunbar ajoute même que notre langage s'est développé selon cette seule donnée : au-delà de ce nombre, l'établissement de règles sociales est obligatoire. En-deçà, il est inutile de s'efforcer à entretenir la cohésion d'un groupe. Peut-être que Mc Luhan n'était pas loin de la réalité en parlant de « village planétaire » : car Facebook, en générant des sous-groupes, parvient à cet équilibre, et même le défend. Multiplier le nombre d'amis de manière à en avoir le plus possible relève non seulement de l'ineptie, mais représente également un danger pour la subsistance propre de Facebook.

Dans un article publié dans *The Economist*, il est dit que le facebookeur a environ 120 « amis ». Mais avec combien d'entre eux communique-t-il vraiment ? Et surtout, quelle définition Facebook donne-t-il de l'amitié ? Peut-on être « ami » avec un homme politique qui, pour remporter des voix électorales, use de ce moyen de communication ? Peut-on être « ami » avec un écrivain dont on a aimé lire le livre ? Peut-on être « ami » avec une personne qui nous est parfaitement inconnue, sur un simple clic, de manière instantanée ? C'est une nouvelle acception du mot amitié que les réseaux sociaux virtuels, dont Facebook, ont inventée, et qui peut être troublante pour un utilisateur naïf ou que la solitude met en recherche désespérée d'« amis » : la valeur de l'amitié réelle est faussée par celle de l'amitié virtuelle. Et pourtant, nombreux sont les utilisateurs qui, après être devenus « amis » avec d'autres personnes sur Facebook, déclenchent des rencontres réelles, en organisant des sorties au cinéma, au restaurant, ou ailleurs. Et même, celui qui n'y participe pas parce qu'il ne s'est pas connecté en temps et en heure peut devenir « e-exclu », et donc exclu dans la vie réelle, en passant à côté d'une rencontre entre « amis ».

XI. Les dérives de Facebook

Facebook, comme tout autre réseau social, entretient ainsi un esprit communautaire qui n'est pas forcément préoccupant s'il est envisagé avec justesse, mais qui génère un repli sur soi, restituant de manière virtuelle la fracture sociale qui existe dans la réalité : l'ouverture sur le

²⁰ Gladwell, Malcolm (2000). *The Tipping Point – How Little Things Make a Big Difference*. Little, Brown and Company. p. 177–181 & 185–186.

monde qu'a représenté la révolution internet a été si brutale pour les utilisateurs, qui rappelons-le sont issus de tous les milieux, qu'ils se sont peut-être sentis noyés dans cette masse d'informations, dans ce champ infini de possibles. Le repli sur soi est une manière primitive de se protéger, de se reconforter, d'être à l'abri du monde extérieur, comme l'homme préhistorique le faisait dans sa grotte. Ses seules connaissances suffisaient à sa survie, et lorsque l'inconnu est absolument anxiogène, la présence des siens le rassure. Notre cerveau n'ayant pas foncièrement évolué au cours de ces derniers millions d'années, ce sont ces liens communautaires que l'on retrouve sur Facebook, et qui sont si chers à ses utilisateurs : mais à force de ne côtoyer que les siens, que ceux qui nous ressemblent, dont les centres d'intérêt sont les mêmes, est-il possible de s'ouvrir au monde, à ceux qui sont différents de nous, par leur âge, leur sexe, leur culture, leur éducation et leurs centres d'intérêt ? Est-il possible, tout en restant derrière son écran d'ordinateur, nouant des contacts avec ses « amis », de penser par soi-même, de produire une réflexion élaborée, c'est-à-dire qui demande un certain temps, dans un système conçu pour que tout aille vite ?

Allons même plus loin : le facebookeur s'est construit une bulle virtuelle lui donnant l'illusion d'être protégé, dans sa grotte. Persuadé qu'il est en sécurité, que ses relations, ses « amis » ne peuvent pas lui nuire, il se sent libre de divulguer un certain nombre d'informations personnelles, en échangeant des messages sur son espace virtuel. Ce dont il n'a pas forcément conscience, c'est que ces informations peuvent lui porter préjudice, et entraîner de graves problèmes dans la réalité. Pourtant, si l'on considère la problématique d'un point de vue purement objectif, ce ne sont que des messages, que des mots. Mais dans les mécanismes sociaux que Facebook exploite, la communication virtuelle a pris une importance considérable dans notre vie, jusqu'à supplanter les valeurs sociales dont nous avons hérité.

C'est ce décloisonnement de la vie privée et publique qui peut générer ce type de dérives : dans une société où tout est dit, divulgué, où le paraître l'emporte sur l'être, la pudeur a reculé. Ce n'est plus la personne en tant qu'être humain qui importe, mais sa représentation. La prudence et la vigilance aussi ont reculé : combien de photos d'enfants sont diffusées sur Facebook, dans un but uniquement d'échange et de communication. Le site est présenté de telle sorte que les rapports humains sont placés au même niveau, tous individus confondus : si les photos de nos enfants sont destinées à notre famille, à nos proches, elles sont aussi visibles par les pseudos amis, qu'on ne connaît pas vraiment, en fin de compte. Certains facebookers ont même créé une page pour

attirer l'attention sur les dérives de Facebook », sans voir leur compte supprimer²¹, ce qui permet une communication virtuelle, avec un minimum de transparence, voire de démocratie.

XII. Lorsque le réel rattrape le virtuel

Il est important pour les utilisateurs de mesurer l'impact des espaces sociaux virtuels, d'avoir une éducation numérique afin de gérer de manière saine et intelligente son identité, qui dans le cadre de l'utilisation de Facebook est double, et surtout de garder le contrôle sur l'exposition de soi. Cette nouvelle forme d'éducation doit pouvoir préserver la vie privée des individus d'une hyper-visibilité dont Facebook se défend. Dans la présentation du site, le paramétrage de la confidentialité reste pour le moins flou, mais donne tout de même l'illusion du contrôle pour les utilisateurs, même si personne n'est dupe. En réalité, la liberté a peu de place dans le système Facebook : d'une part, de par la configuration du site, il est difficile de désobéir ; d'autre part, soumis au regard de l'autre dans un souci de reconnaissance, il est difficile d'être soi. Pour reprendre le philosophe Michel Foucault, « c'est le fait d'être vu sans cesse, de pouvoir toujours être vu qui maintient dans son assujettissement l'individu disciplinaire »²²

Facebook suppose donc un contrôle pour tous les inscrits, dans sa configuration mais aussi dans le développement d'une inter-surveillance. Alors que tout dans Facebook semble être sécurisé, et suscite donc la confiance des utilisateurs dans ce système, la contradiction est marquée entre la notion de confidentialité, que le site défend, et l'hyper-visibilité à laquelle les utilisateurs sont presque contraints. Sur leur page personnelle, les individus sont amenés à répondre à des questions de type « Que prévoyez-vous de faire aujourd'hui ? » qui font office d'aide-mémoire, mais qui sont de véritables incitations à la divulgation d'informations privées. De la même manière, il existe sur Facebook une sorte de « météo du cœur », à travers laquelle on peut indiquer à ses « amis » si l'on est triste, gai, maussade, etc., les émotions de l'être humain étant résumées par des icônes formatées. Que doit-on indiquer si aucune icône ne convient à son humeur de l'instant ? Comment synthétiser la complexité de l'âme humaine avec une quinzaine d'émoticônes seulement ? Et ensuite, lorsqu'on a indiqué son humeur, il faut s'attendre à expliquer pourquoi, parce que les « amis » de Facebook vont le demander. Leur inquiétude sera peut-être sincère, mais sera peut-être

²¹ Attention aux dérives de Facebook
<http://www.facebook.com/group.php?gid=38803302918>

²² Foucault, Michel (1975), *Surveiller et punir*.

aussi le déclencheur de confidences personnelles de leur part. La communication ne sera donc plus transversale, dans un système de parole, d'écoute et de conseils, mais unilatérale et restreinte.

XIII. Les dangers de l'hyper-visibilité

Cette hyper-visibilité, cet épandage d'informations personnelles et intimes, tous les utilisateurs en ont une conscience plus ou moins éclairée. Il suffit juste de rappeler en reprenons les mots de Danah Boyd que « Quand, par défaut, notre vie est privée, on doit faire attention à ce que l'on rend public. Mais quand, par défaut, ce que l'on fait est public, on devient très conscient des enjeux liés à sa vie privée. Et je pense que les gens n'ont jamais été aussi soucieux de leur vie privée. Parce que l'on ne veut pas partager tout ce que l'on fait, tout le temps, avec tout le monde et n'importe qui »²³.

La notion de confidentialité reste quand même floue, tant sur le site de Facebook que dans l'esprit de ses utilisateurs : on sait qu'il y a des risques, mais le besoin de communiquer est plus fort. Alors, on opte pour une stratégie de défense : la résignation, la passivité ; la confiance par défaut ; l'acceptation des choses telles qu'elles sont. Comme l'homme préhistorique dans sa grotte, on préfère éviter toute influence anxiogène. Pourtant, les utilisateurs sont parfois choqués, déstabilisés, de retrouver sur le réseau des informations qui étaient censées rester confidentielles : la bulle virtuelle se brise, laissant la désagréable impression d'une violation de sa propre vie.

Toujours, pour Danah Boyd, Facebook représente la plus vaste base de données personnelles qu'il ait jamais été possible d'avoir. Le système encourage, certes, à divulguer des informations personnelles, mais laisse le choix aux utilisateurs des destinataires: il est donc possible d'envoyer ces informations à tout le monde, qui est la première option apparaissant sur la page de l'utilisateur connecté, ou bien à ses amis et aux amis de ces amis, ou bien à ses seuls amis. Mais comment savoir si un ami qui a reçu l'information, lui, ne va pas choisir de la divulguer « à tout le monde »?

C'est ce sentiment d'intrusion et donc de manipulation de l'identité numérique qui a pu faire des mécontents, et générer des réclamations. Si Facebook est un outil facile d'utilisation et d'accès, on peut aussi facilement en être exclu : au Liban, un groupe d'étudiants a discrédité sur cet espace virtuel un utilisateur, qui se sentant harcelé, a traîné le groupe en justice. Le groupe a été exclu de Facebook.

²³ Sur le site de Dana Boyd, Public by Default, Private when Necessary, http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2010/01/25/public_by_defau.html

En revanche, le parcours pour supprimer son compte Facebook relève de celui du combattant : à croire que Facebook ne veut pas voir partir ses utilisateurs. Aussi, s'il est intéressant de connaître le nombre approximatif de personnes inscrites sur ce site, il serait intéressant de connaître le nombre de ceux qui voudraient bien en partir, mais qui ne le peuvent pas, tout simplement parce qu'ils n'en ont pas la liberté, ou bien parce que le prix de cette liberté sera tributaire d'une patience à toute épreuve. Sachant que Facebook ne propose pas de supprimer son compte utilisateur, mais seulement de le désactiver.

XIII. Facebook au Maghreb

Quelle place Facebook a-t-il dans les pays du Maghreb ? L'Algérie est le 58^e pays au monde à être connecté sur Facebook avec 1 602 840 inscrits en janvier 2011. Mais au Maghreb, il n'a que la troisième place, derrière le Maroc et la Tunisie occupant respectivement le 39^{ième} et le 50^{ième} rang mondial, et comptant 2 945 020 pour notre premier voisin et 2 168 240 pour le second. Ce sont les adolescents et les jeunes adultes qui passent le plus de temps sur Facebook, sachant que ce constat est le même aussi bien au Maroc qu'en Tunisie. La répartition par genre relève que le taux de pourcentage des personnes de sexe masculin qui utilise Facebook (68%) dépasse d'un peu plus du double, celui des femmes (32%).

Ces chiffres montrent encore une fois que malgré ce qu'a pu arracher jusque-là, la femme algérienne dans son combat vers l'émancipation, la société algérienne demeure toujours une société male ou le sexe fort domine. Les algériennes semblent encore rester sous la coupe de l'interdit quand il s'agit d'afficher quelques éléments privés de leur état civil et de leur identité réelle sur les réseaux sociaux, sauf une portion bien déterminée à le faire.

Ce réseau social constitue pour eux un prolongement, voire un véritable substitut à leur entourage social. En fin de compte, il est plus facile de tisser des relations sociales et de construire des amitiés en virtuel qu'en réalité.

Ce sont tous ces éléments qui, mis bout à bout, ont réuni les individus en les ouvrant les uns aux autres au point de contribuer à des changements politiques et à redessiner peut être un nouveau Maghreb. La communication virtuelle a peut-être cela de paradoxal, que l'inquiétude qu'elle suscite peut être négative, mais aussi positive, car annonciatrice de changements.

Conclusion

Alors que Facebook vient à peine d'entrer sinon dans nos vies, du moins dans nos cultures, comment savoir comment il évoluera, et comment nous évoluerons avec lui? Comment savoir s'il connaîtra un jour une fin, alors qu'il dessine peut-être déjà une nouvelle ère de communication ? David Fincher, dans son film *The social network*, donne une interprétation plutôt négative de Facebook: on peut même se demander si, à travers le personnage de Mark Zuckerberg, il n'a pas cristallisé toutes ses inquiétudes sur la question: Mark Zuckeberg est présenté comme un jeune homme d'une clairvoyance et d'une vivacité d'esprit rares, mais qui est terriblement solitaire, sombre, inquiétant. Ses amis se comptent sur les doigts d'une seule main, et il ne parvient pas à les garder. Un paradoxe en comparaison avec l'univers qu'il a offert aux utilisateurs, en leur donnant le meilleur moyen de communiquer, vite et facilement.

Mais c'est justement cette vitesse qui risque d'appuyer sur le bouton d'une bombe à retardement: cette vitesse qui amenuise notre pouvoir de réflexion, qui met en exergue des choses alors que d'autres, plus profondes et plus sérieuses, devraient être dévoilées. Nous vivons aujourd'hui dans le culte de l'immédiat, du « tout, tout de suite », oubliant qu'autrefois, nos aînés nous apprenaient à regarder pousser les arbres, nous transmettant en même temps un patrimoine culturel et familial qui est probablement la partie la plus importante de nos processus sociaux. Dans cette nouvelle ère, que gagnerons-nous, que perdrons-nous? Gardons-nous cependant de dresser un procès de Facebook : la leçon à tirer dans l'immédiat de cet outil de communication virtuelle qui a révolutionné nos processus sociaux est peut-être que, comme toute chose, cet outil doit garder la fonction première pour laquelle il a été conçu, celle de communiquer. Et que, comme dans toute chose faite dans ce bas-monde, la mesure est la seule valeur à ne pas perdre de vue.

Bibliographie

Mc Luhan, Marshall (2008), *Pour comprendre les médias*, Paris, Éditions Mame/Seuil.

Durkheim, Émile (1983). *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, PUF.

Harvey, Pierre-Léonard (1995), *Cyberspace et communautaire: appropriation, réseaux, groupes virtuels*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval.

Lévy, Pierre (1995), *Qu'est-ce que le virtuel ?*, Paris, La Découverte.

Lévy, Pierre (2000), *World Philosophie*, Paris, Odile Jacob.

Rheingold, Howard (1995), *Les communautés virtuelles* (trad. Lionel Lumbroso), Paris, Éditions Addison-Wesley France, SA, coll. Mutations Technologiques.

Virilio, Paul (1996), *Cybermonde, la politique du pire*, Paris, Textuel.