

Adolescents et gestion de l'identité numérique sur les réseaux sociaux : les lycéens sur Facebook

Kheira YAHIAOUI ^(1,2)

Amel MEGUENNI-LAHRECHE ^(3,4)

Introduction

Internet, cet univers de virtuel, étend de plus en plus son emprise au point de devenir une partie intégrante de notre quotidien. La connectivité permanente avec les divers moyens (ordinateur, tablette, téléphone, montre connectée, etc.) accentue de plus en plus cet enchevêtrement. Ainsi, les frontières entre le monde réel et le cyberspace s'effacent comme le souligne (Beaude, 2012, p. 470) : « la virtualité d'internet n'est pas celle que l'on croit. Elle ne se pose pas au réel, mais à l'actuel ». Il entend par l'actuel, le tangible ou l'effectif. Un peu plus loin, Beaude (2012, p. 475) soutient qu'Internet est « un espace, réel, où se déroulent à chaque instant un nombre considérable d'événements qui, aussi insignifiants soient-ils, participent au Monde en devenir ».

Les réseaux sociaux, internet sont devenus un espace social à usages multiples où des usagers du monde entier communiquent à travers ces plateformes collaboratives (Castells, 2012). Le nombre des usagers des plateformes augmente de jour en jour en parallèle avec l'évolution des applications et des plateformes d'échanges. Les réseaux sociaux n'existent pas depuis longtemps. En effet, c'est en 1995 que nous assistons à la naissance de *Classmates*, le premier réseau social créé par Randy Conrad. L'objectif de ce dernier était de remettre en contact des anciens camarades de classe. *Classmates* existent encore, mais ont été détrônés par l'arrivée de nombreux autres réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, etc. Les réseaux sociaux ont formé une nouvelle génération de consommateurs de l'information, toujours plus désireux de savoir vite, bien et globalement. Ces derniers ont une grande importance dans la vie des jeunes, ils sont au cœur d'une identité numérique selon Dagnaud (2013, p. 52) :

⁽¹⁾ École nationale supérieure Oran, 31 000, Oran, Algérie.

⁽²⁾ Centre de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle, 31 000, Oran, Algérie.

⁽³⁾ Université Oran 2, 31 000, Oran, Algérie.

⁽⁴⁾ Centre de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle, 31 000, Oran, Algérie.

« Ils ont grandi avec internet. Ils participent massivement aux réseaux sociaux et le web a révolutionné leur façon de regarder le monde et de s'y projeter. Émergence d'une "identité numérique expressive", conversation en continu, productions artistiques amateurs, culturel, raids de hackers, actions protestataires, attachement à une économie du gratuit : se dessinent ainsi de nouveaux profils psychologiques, une façon inédite de vivre ensemble et de s'organiser, un mode de consommation dont le modèle économique reste à créer ».

Facebook représente l'un des réseaux sociaux les plus influents, les jeunes utilisent ce réseau social pour communiquer avec leurs amis, être dans l'actualité. Cela étant dit, il leur permet également de publier, de commenter des statuts, des photographies... etc. Les chiffres suivants¹ illustrent l'engouement des usagers pour le réseau social Facebook :

Juillet 2015, Facebook compte 1,49 milliard d'utilisateurs mensuels actifs dont 1,314 milliard d'utilisateurs sur l'application mobile.

- 4,5 milliards de « Likes » distribués chaque jour ;
- 150 milliards de connexion entre amis ;
- 240 milliards de photos présentent sur Facebook ;
- Au réveil, 48% des 16-34 ans se connectent sur Facebook.

À partir de cette interaction entre l'individu et les réseaux sociaux émerge la question sur l'identité dans les espaces numériques : cette vie numérique est-elle un reflet de notre vécu réel du physique ? Ou s'agit-il d'une véritable double existence dans un tel environnement ?

Dans cet article, il est question d'étudier l'identité numérique des adolescents dans les réseaux sociaux en Algérie et plus particulièrement des lycéens. Cette catégorie souvent qualifiée de « génération Y » ou « Digital natives² », une génération hyper-connectée voire même addict au TIC. Ce temps passé sur les réseaux sociaux donne à s'interroger quant à la nature de sociabilité de ces jeunes et de leur sécurité sur la toile. Wolton (2000) estime que ces réseaux sociaux nous ont fait entrer dans l'ère de la solitude interactive pouvant être un parfait internaute et ayant des difficultés à engager une conversation dans la vie réelle. Ceci nous amène à s'interroger sur la question de la gestion des identités numériques dans les espaces interactifs en ligne où nous tentons de répondre aux questions suivantes :

Les jeunes Algériens sont-ils conscients des enjeux et des risques de leur présence sur Facebook ? Quelles attitudes adoptent-ils dans ces espaces ? L'identité numérique de ces jeunes est-elle leur identité réelle ? Quels sont les pratiques et les usages des jeunes sur ces réseaux ?

¹ <http://blog.medianet.com.tn/blog/chiffres-Facebook/> consulté le 12-06-2018.

² Le terme « digital natives » est apparu en 2001 dans un article de Marc Prensky sur l'éducation. Ce sont des habitués de la nouvelle Technologie de l'Information et de la (TIC).

Nous présentons à travers cette contribution les résultats de l'étude que nous avons menée auprès d'une population de lycées à la ville d'Oran en vue de vérifier cette relation : jeune, identité, usage et réseaux sociaux.

Les jeunes et les réseaux sociaux en Algérie

En Algérie, Facebook compte désormais près de 15 millions³ de comptes utilisateurs. Ce réseau généraliste est redoutable, tellement redoutable que d'autres réseaux sociaux affichent désormais des statistiques en baisse (en matière de popularité). Cependant, nos jeunes sont séduits récemment par un autre réseau « Tik Tok » qui offre plus de liberté et de visibilité et de contenu que celui de Facebook.

Du côté social, l'Algérien est de plus en plus présent sur les réseaux sociaux qui lui offrent l'opportunité d'approcher l'autre, de discuter et de créer des liens amicaux. Nous présentons dans ce qui suit les statistiques⁴ relatives à l'usage Facebook en Algérie par région géographique et par sexe. Notons que ces statistiques datent de la période de notre réalisation d'enquête en 2016-2017.

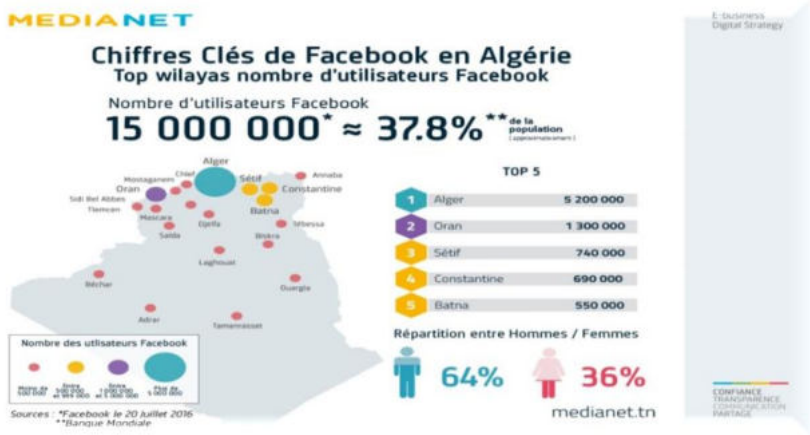


Figure n° 1 : Les utilisateurs de Facebook en Algérie

Source : Media Net

Par ailleurs, une étude établie en 2017 a démontré que toutes les tranches d'âge –à pourcentage différent– s'intéressent à ce réseau. Ainsi, plus de 67% de la population algérienne présente sur Facebook est âgée de

³ <http://blog.medianet.com.tn/blog/chiffres-cles-de-Facebook-en-algerie-0> (consulté le 12-06-2018).

⁴ <http://blog.medianet.com.tn/blog/chiffres-cles-de-Facebook-en-algerie-0> (consulté le 12-06-2018).

18 et 35 ans ; 15% concernent les moins de 18 ans et 18% les plus de 35 ans. Les résultats chiffrés de cette études nous amène à dire qu’il s’agit d’un réseau plus ou moins homogène et jeune comme l’indiquent les chiffres suivants :

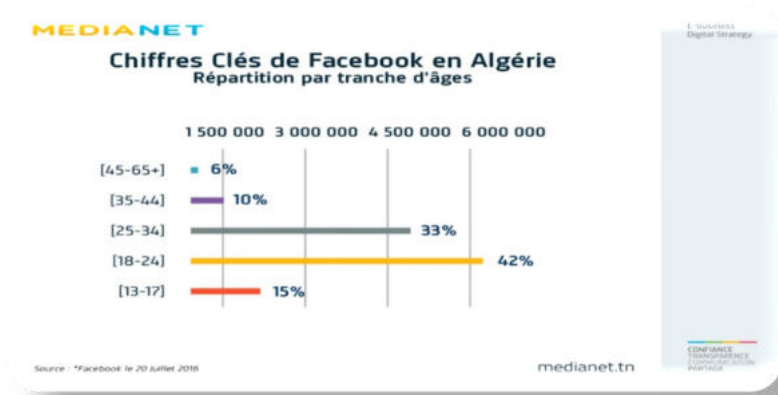


Figure n° 2 : Les utilisateurs de Facebook par tranche d'âge

Source : Media Net

Éléments de méthodologie : enquête et collecte des données

Le corpus de notre recherche se compose essentiellement des réponses des jeunes lycéens à un questionnaire semi-directif. Nous avons établi ce questionnaire ayant comme objectif de vérifier l’usage et l’identité des jeunes sur le réseau Facebook. Le but est de collecter le maximum d’informations estimées nécessaires à la compréhension du phénomène étudié. L’enquête a été faite en notre présence où nous avons expliqué à nos informateurs l’objet et l’objectif de ce travail.

L’échantillonnage a été réalisé à la ville d’Oran et distribué aux lycées lors de leur sortie de l’établissement vu que nous n’avons pas eu les autorisations pour établir une enquête au sein des deux lycées. Le recueil de données a été fait par le biais d’un questionnaire distribué à plus de 200 élèves de diverses spécialités représentant les deux sexes. Nous avons obtenu un échantillon de 95 observations réparties comme suit :

Nombre des jeunes (élèves)	Garçon	Fille	Total
Lycée 01	23	25	48
Lycée 02	27	20	47

L’enquête par questionnaire d’articule autour des axes suivants :

- Identification du répondant ;
- Identité sur Facebook (profil, contact, publication, etc.) ;
- Réseaux sociaux et langues.

Identité et jeunes (adolescents)

L'identité est un concept polysémique au croisement de plusieurs disciplines des sciences humaines et sociales. Elle apparaît aujourd'hui comme un concept passe-partout et qui est exploité dans diverses disciplines : histoire, linguistique, sociologie, psychologie, etc. elle est perçue comme le caractère permanent et fondamental d'une personne ou d'un groupe assurant ainsi leur individualité et leur singularité comme l'indique Gouljac (2002, p. 175) :

« Chacun se définit par des caractéristiques communes qui permettent de le distinguer de tous ses semblables. En conséquence, le terme d'identité prend son sens dans une dialectique où la similitude renvoie au dissemblable, la singularité à l'altérité, l'individu au collectif, l'unité à la différenciation, l'objectivité à la subjectivité ».

Donc, ce concept renvoie à la fois aux similitudes et aux singularités ; à l'individuel et au collectif. Dans cette optique, l'identité ne doit pas être appréhendée comme une notion figée et statique mais conçue comme un processus en continuelle évolution comme le précise Doray (1992, p. 309) : « l'identité est le résultat d'un double processus d'appartenance (identité pour soi) et d'attribution (identité pour autrui) négociées et renégociées tout au cours de la vie ». En effet, elle est le résultat de la socialisation de l'individu. La socialisation de l'individu ne se construit pas uniquement au sein de sa famille, de l'école et dans son entourage, mais à travers les médias et les réseaux sociaux suite à l'ouverture et l'intégration des NTIC dans la vie de tous les jours où dès leurs jeunes âges, les enfants sont exposés à un vaste monde numérique.

Au cours des années, l'enfant se nourrit de ce que ces espaces lui offrent et construisent et se construit à travers tout ce qui l'entoure. Arrivant à l'adolescence, la question identitaire se manifeste et le dire de montrer son existence aussi à travers tous les moyens possibles y compris le monde virtuel. Avec la forte ascension des réseaux et leurs utilisations, elles ont donné naissance à une nouvelle génération dont la construction identitaire ne passe pas uniquement par les moyens connus (famille, entourage, etc.) mais plus à plus à travers l'autre et à travers l'universel dans les réseaux. Derrière leurs écrans et sous-couverts de l'anonymat, ces jeunes se sentent plus libres à s'exprimer et à s'exposer sans les regards et les avis des autres ce qui rejoint l'objectif de cette étude sur l'identité numérique des adolescents.

Perea (2010) estime que l'identité est le résultat d'interactions de trois dimensions : personnelle, interpersonnelle et sociale. Il distingue entre *l'identité civile* qui est dans la vie quotidienne de tous les jours et *l'identité écran* qui se manifeste et se construit sur la toile. Il ajoute que *l'identité numérique* désigne l'ensemble des manifestations de l'identité (civile et écran) observable dans des manifestations sur le net (Perea, 2010).

L'identité numérique (IN)

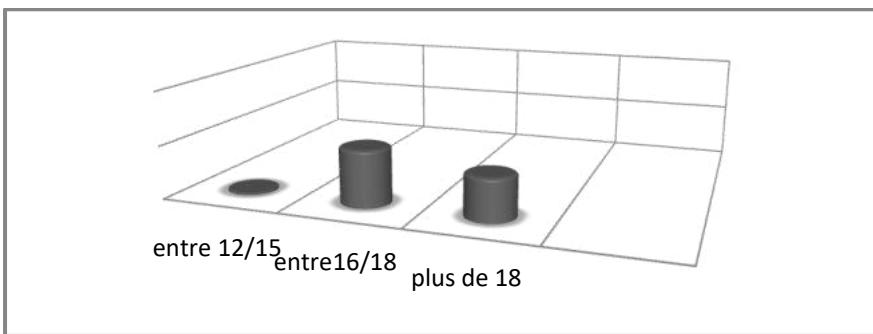
Les interfaces interactives du web 2.0 implique le même dispositif d'utilisation où les individus doivent enregistrer des données personnelles pour avoir accès à ces plateformes : nom et prénom, des centres d'intérêt, des amis, des goûts, etc. Ces informations stables (sexe, âge, lieu, etc.) ou évolutives (opinions, les orientations politiques, les appartenances, etc.) permettent de répertorier des signes identitaires propres à chaque utilisateur et de favoriser l'émergence des études sur l'identité numérique des groupes ou des individus sur les réseaux sociaux.

La définition de l'identité numérique implique plusieurs acceptions dans la mesure où elle s'étend de l'authentification à la présence d'une personne en ligne via des actes réalisés dans les réseaux sociaux. Ainsi, cette présence active en ligne est désignée par IN (identité numérique) représentant l'ensemble des données qui référencient un internaute en tant qu'individu. Elle peut être définie comme la collecte des traces (commentaires, publications, vidéos, etc.) que les utilisateurs laissent consciemment ou inconsciemment lors de leur présence sur les réseaux.

Analyse et interprétation des données

La collecte des données du questionnaire semi-directif, nous a permis de donner les statistiques suivantes relatives à l'usage des réseaux sociaux par des lycées de la ville d'Oran. Les données que nous allons présenter sont relatives aux jeunes adolescents (élèves) de deux lycéens du centre d'Oran.

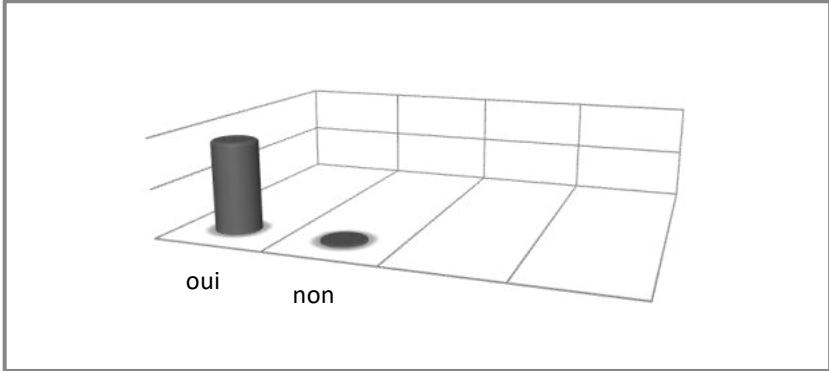
Sur la question de l'âge de nos informateurs, 56% ont entre 16-18 représentant les classes de terminales qui ont accepté de répondre à ce questionnaire comme l'indique le graphe suivant :



Graphe n° 1 : Quel est votre âge ?

Source : Auteur

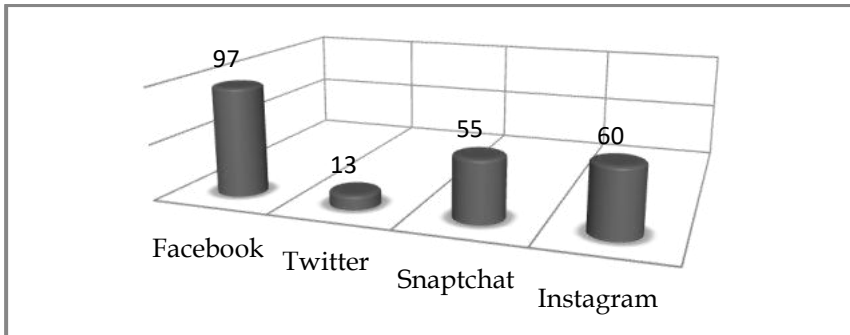
Vu que nous travaillons sur les réseaux sociaux et plus particulièrement, Facebook où 93% de ces jeunes affirment avoir un profil sur cet espace d'échange. L'accès à cet espace reste variable : téléphone mobile, tablette, ordinateur, etc.



Graphique n° 2 : Avez-vous un compte Facebook ?

Source : Auteur

La majorité déclare dans le même contexte qu'ils ont un compte Facebook actif depuis plus de trois ans. Ce qui ressort de ces chiffres est que cette jeune génération est plus ouverte à expérimenter et à adopter ces nouvelles technologies. Il en reste à vérifier dans cette optique le temps et le nombre de consultations de ce réseau par jour⁵ pour voir le taux de connectivité chez les jeunes et vérifier l'impact de ces réseaux sur la sociabilité de nos informateurs.



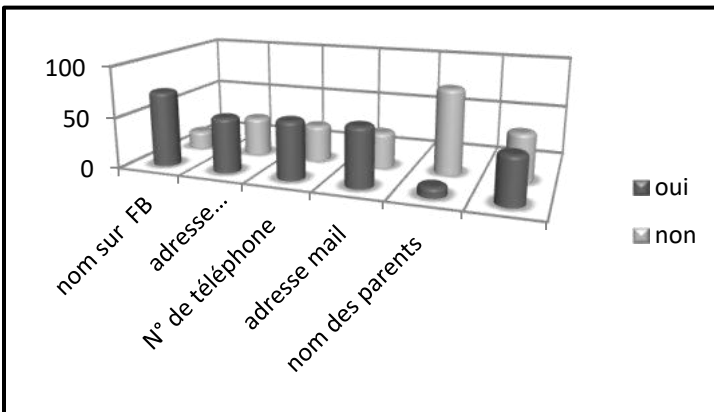
Graphique n° 3 : Avez-vous des comptes dans les réseaux suivant ?

Source : Auteur

⁵ Cette question s'inscrit dans les perspectives de cette enquête que nous menons sur la question de l'identité numérique et les pratiques des jeunes sur les réseaux.

Nous observons que les résultats placent le réseau social Facebook à la tête des autres espaces interactifs où Instagram vient en deuxième position suivi de Snapchat et Twitter en dernière position. Selon, nos informateurs, Facebook est l'application la plus simple à installer, utiliser et même pour publier comme l'indique certain : « faut pas être un génie pour utiliser FB » (G, L1, 17), « c'est une forme basique » (G, L1, 16), « on dirait qu'elle vient avec mon tel » (F⁶, L2, 17), « j'ai le monde entier dans un truc bleu » (G, 17, L2). Les réponses tournent autour du fait que Facebook est l'outil primordial pour l'échange avec autrui. Concernant Instagram, ce réseau est réservé à des pratiques bien précises : « des selfies et des beaux photos à partager sur cette application » (F, 16, L2), « il est pour les voyageurs et les riches » (G, 17, L1), « j'ai un compte sans aucune publication, je regarde les blogueuses sur ce réseau » (F, 18, L2). Dans la même optique, les réponses sur Snapchat entraînent juste pour suivre cette personnalité publique (blogueuses de beautés, humoristes, comédiens, etc.) où ils ont cités quelques-uns comme exemples. Twitter vient en dernière position avec des réactions : « je connais mais je ne sais pas comment ça marche » (G, 17, L1), « j'ai créé un compte et j'ai oublié » (F, 16, L1), « Twitter est pour les hommes politiques comme Trumps » (G, 16, L2), « faut attendre mes 30 ans » (G, 18, L2).

Ainsi, les jeunes enquêtés ne sont pas en marge de cette dynamique et cet engouement pour les réseaux sociaux aux contenus novateurs, du fait que la totalité des personnes interrogées affirment détenir un compte Facebook; ils disent le préférer à d'autres présents sur la toile de par sa gratuité, la gestion facile, la diversité de ses contenus, des usages, l'ouverture sur le monde qu'il offre.



Graphique n° 4 : Informations personnelle publiées

Source : Auteur

⁶ F : fille, G : garçon, L1 : lycée 1, L2 : lycée 2.

Concernant les informations personnelles publiées sur FB, les jeunes demeurent partagés entre le fait de s'afficher sur ce réseau et communiquer ses vraies informations personnelles (nom, téléphone, mail et même photo personnelle) par rapport à d'autres qui ne communiquent que certaines informations qui sont obligatoires pour créer un compte. Dans le cadre des mesures de sécurité et en vue de diminuer les faux profils sur ce réseau, Facebook a récemment modifié sa politique de pseudonymes : il est désormais possible de ne pas utiliser son vrai nom à condition de ne pas communiquer un nom usurpé.

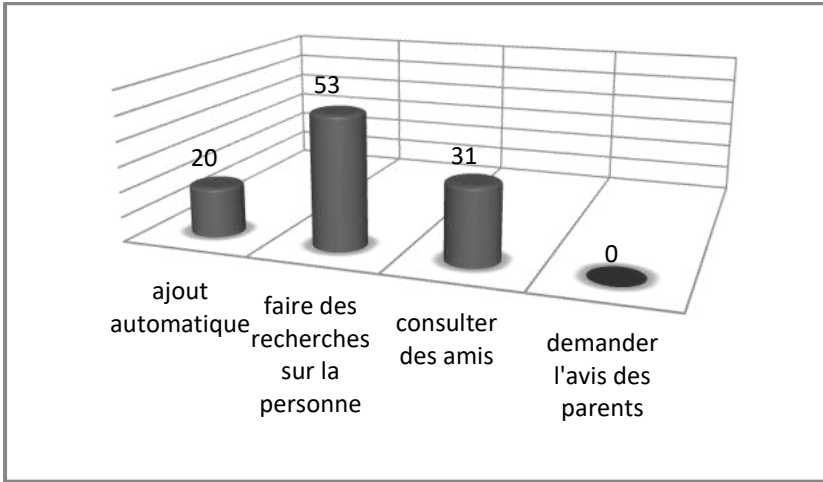
Pour nos enquêtés, ces informations servent à aider les gens à entrer en contact avec eux et les trouver sur ce réseau. Donc, il serait contreproductif de masquer son identité. Ils veillent souvent à la concordance entre pseudonyme et photo de profile. Ils mettent des photos personnelles et de leurs stars préférées pour accentuer ce processus d'identification. Le choix de ces photos est utilisé pour générer de l'admiration ou le sentiment d'être « spécial » et « privilégié » pour reprendre les termes de Leroux (2011).

Le graphe suivant s'interroge sur l'identité numérique face à l'identité réelle de nos informateurs :

Parmi nos informateurs 35% affirment que le profil FB reflète leur identité dans la vie réelle. Ainsi, certains identifiants reflètent la véritable identité de l'utilisateur, d'où le recours au nom réel pour certains, à des noms composés pour d'autres. Cette dualité dans l'usage dénote, d'une part, l'envie de se faire connaître, de conserver l'anonymat, de préserver sa vie privée, et d'autre part, elle comporte des fragments de l'identité que l'internaute veut se forger dans ce réseau.

Les pseudonymes⁷ de ces jeunes sont le résultat d'une autonymation, d'une appartenance ou d'une référence. Ainsi, la majorité des pseudonymes tournent autour des sportifs, artistes, des régions, des jeux de mots, etc. Cette typologie des pseudonymes met en évidence les mécanismes de la construction de l'identité que Paveau (2012) appelle « le règne du pseudonymat ».

⁷ Pour des questions d'éthiques, nous ne pouvons pas communiquer les identifiants de nos informateurs de même que nous avons précisé que ce questionnaire est anonyme et ne reflétera en aucun cas leur identité. Nous traitons ce point d'un point de vue global en regroupant dans des catégories la composition des pseudonymes.

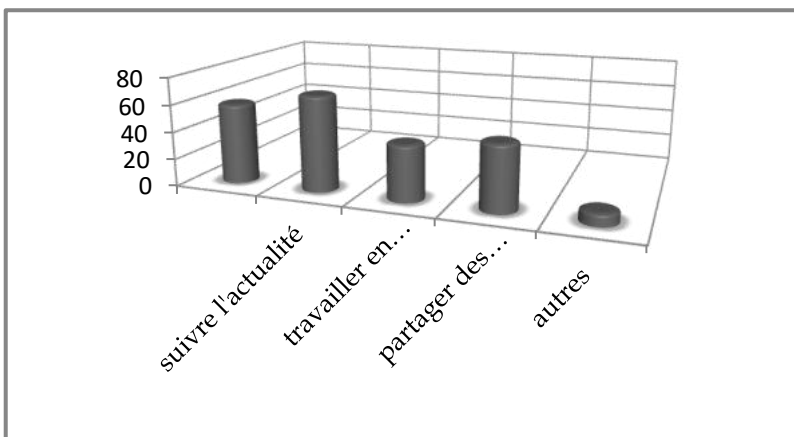


Graphe n° 5 : Comment vous traitez les demandes d'ajouts sur FB ?

Source : Auteur

Les jeunes n’hésitent pas à accepter automatiquement les demandes émanant d’inconnus. Dans l’autre moitié, l’acceptation de la demande est faite après des recherches sur Internet. Le fait le plus marquant réside dans l’absence totale de la consultation des parents.

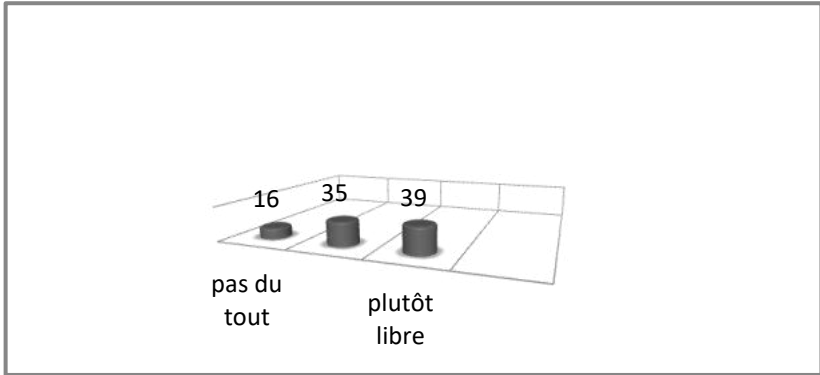
Les demandes d’ajout d’amis sont assez fréquentes et diversifiées soit de par le sexe ou la localisation. Les informateurs ont une liste assez longue d’amis avec qui, ils entrent ou pas en interaction ; ceci augmente les chances des liens riches et la possibilité de recevoir un contenu culturel aussi nombreux que diversifié où les activités vont du divertissement au travail en groupe comme suit :



Graphe n° 6 : Pourquoi vous vous connectez à FB ?

Source : Auteur

Les deux raisons de la connexion sur ce réseau selon nos informateurs sont : pour discuter avec des amis et échanger sur la journée ou pour suivre l'actualité (d'autres amis de la région ou du monde) et ces deux motifs renseignent sur l'engouement de savoir ce qui se passe autour de soi.



Graphe n° 7 : Vous sentez-vous libre sur FB comparativement à la vie réelle ?

Source : Auteur

Les réponses à la liberté sur les réseaux sociaux étaient plutôt partagées entre ceux qui voient qu'il y a une marge de liberté dans ces espaces comme dans la vie réelle et vu qu'ils se connectent avec des identifiants reconnaissables. De même que leurs amis peuvent voir ce qu'ils ont écrits, ceci les pousse à faire attention aux commentaires et aux partages de risque d'être intimidé par son entourage de Facebook. Et d'autres voient que ce réseau offre une certaine liberté par rapport à la vie réelle et permet de s'ouvrir et de discuter des sujets qu'on n'osera pas aborder dans la vie réelle.

Notons que les réseaux offrent une liberté où les usagers se permettent certains comportements et réactions sous couvert de l'anonymat.

Conclusion

Au terme de cette contribution sur la gestion de l'identité numérique des lycéens de la ville d'Oran, il convient de présenter les premiers résultats :

En premier lieu, les lycéens dont *des digital natives*, initiés depuis l'enfance aux TIC et leur contact avec le monde numérique se font très tôt et prennent de l'importance lors de l'adolescence où la question de la construction identitaire (civile et écran) devient cruciale. En deuxième lieu, les réseaux sociaux et plus particulièrement Facebook devient une partie intégrante de la vie quotidienne des jeunes.

Le travail d'enquête que nous avons menée, nous a permis d'appréhender plusieurs aspects de leur identité numérique ainsi que son rapport avec la vie réelle. À travers les données que nous avons collectées à l'issue de cette enquête, nous avons estimé que les adolescents Oranais sont initiés aux réseaux sociaux mais avec un manque de maturité et de sensibilisation des dangers de l'exposition dans ces espaces virtuels. La question relative à la gestion de leur identité reste incomplète vu que le questionnaire doit être complété par des pratiques réelles pour comparer et contraster les deux identités. Il vaudra travailler sur un échantillon plus large en vue de généraliser nos résultats sur toute la population adolescente en Algérie. De même, travailler sur d'autres réseaux tels que : Twitter, instagram et les forums de discussions.