

Texte publié dans D Pasquier (dir), 2017, *Explorations numériques. Hommages aux travaux de Nicolas Auray*, Paris Presses des Mines, collection i3

Dominique Pasquier

Les clôtures sociales de l'exploration curieuse : comment construire son compte Facebook en milieu populaire ?

Au fil de ses différents travaux sur les cultures digitales, Nicolas Auray a relevé quatre types de compétences qui lui semblent discriminantes pour maîtriser le régime « d'exploration curieuse » dont il fait une caractéristique centrale de la navigation dans les univers numériques : des compétences *managériales* (qui sont de nature dialogique : admettre d'être critiqué, accepter de se corriger etc.), des compétences *herméneutiques* (il s'agit de la capacité à expertiser les sources d'un document), des compétences *topologiques* (qui sont liées à la nouvelle manière de suivre des lignes qui est née avec le réseau internet) et des compétences *sociales*. Il définit ces dernières de la façon suivante: « les compétences sociales dans l'usage du numérique renvoient à l'importance d'avoir des mentors qui permettent d'aider, des tuteurs qui forment. Il faut être capable de les trouver et par conséquent développer une aptitude à suivre les voies de l'hétérogénéité des rencontres, à varier son univers relationnel et à construire des ponts (...) Or les classes populaires se caractérisent par une grande résistance à la demande d'aide vis à vis d'inconnus situés dans des positionnements sociaux éloignés » (Auray 2016 :136). Le propos est clair : l'entre soi des classes populaires freine leur ouverture à la compétence exploratoire. Leurs usages du numérique s'inscrivent dans un schéma de renforcement de l'homophilie sociale.

Cette intuition me semble profondément juste, mais j'aimerais la préciser à partir des données empiriques que j'ai pu recueillir dans l'enquête que je mène actuellement sur l'appropriation d'internet par des ouvriers et employés des services à la personne dans les campagnes françaises. Auray a travaillé cette question des compétences sociales dans un terrain sur les collectifs hackers du groupe Debian, soit en majorité de jeunes hommes diplômés ayant une maîtrise d'internet particulièrement bonne. Je vais l'analyser à propos d'individus ayant au contraire un très faible niveau de formation et des pratiques tout à fait ordinaires d'internet.

L'enquête repose sur deux dispositifs ¹ : des entretiens et des analyses de comptes Facebook. Ces matériaux concernent des individus différents : il n'a pas été possible de devenir « ami » sur Facebook avec les interviewés qui avaient un compte (les « amis » sont des très proches de l'entourage), ni de rencontrer les titulaires des comptes étudiés (le dispositif d'extraction garantissait l'anonymat).

Les entretiens, au nombre de 50 (43 Femmes / 7 Hommes), ont été réalisés auprès d'aides-soignantes et d'auxiliaires de vie résidant dans des zones rurales ou semi rurales de trois régions différentes (Rhône Alpes, Aquitaine, Pays de la Loire). A l'exception de deux individus, les interviewés ont un niveau d'études inférieur au baccalauréat. Les âges s'échelonnent de 22 à 65 ans. Tous exercent une activité professionnelle ou sont en formation de reconversion.

Les comptes Facebook analysés sont au nombre de 46 et sont tous issus du projet ANR Algopol. Le projet Algopol a reposé sur la conception d'une application permettant de collecter les comptes Facebook d'un grand nombre d'individus (15.145 au final) qui ont accepté de donner accès à leurs données en échange d'une visualisation de leur réseau d'« amis ». L'application permettait de collecter trois types de données : le profil de l'enquête², son réseau social (c'est-à-dire le profil de ses amis) et les contenus de son mur (messages, liens postés)³. Sur les 829 comptes d'ouvriers et employés des service à la personne (soit des effectifs évidemment très petits par rapport à leur part réelle dans la population française), nous avons sélectionné les comptes d'individus ayant des caractéristiques proches des personnes que nous avons interviewées en termes d'âge -de 30 à 50 ans-, et de lieu de résidence -communes situées hors des grandes agglomérations urbaines-, soit 63 individus. Sur ces comptes, il a fallu en éliminer 17 qui, à la lecture, ne correspondaient pas aux profils résidentiels recherchés ou étaient des faux-nez (par exemple

¹ Les entretiens ont été réalisés dans le cadre du projet ANR Poplog, (ANR-14-CE29-0007-01)

² Les participants à l'enquête remplissaient un petit questionnaire pour renseigner leur profil pour les éléments suivants : âge, code postal du lieu de résidence, sexe, profession –cochée parmi les 18 professions proposées par l'application, statut marital. Les autres données (nombre d'amis, dates d'ouverture du compte, structuration du réseau) étaient renseignées dans les comptes eux-mêmes.

³ Cette enquête a été conçue dans l'objectif d'un travail sur les réseaux ego centrés à partir de pratiques effectives telles qu'on peut les reconstituer à partir des comptes. Les modes de recrutement de l'enquête par boule de neige et annonce dans la presse nationale ont entraîné une forte surreprésentation des étudiants et classes supérieures (52%), des tranches d'âge les plus jeunes (57% de moins de 35 ans) et des hommes (75% d'hommes). Je remercie Irène Bastard, Dominique Cardon, Christophe Prieur, et Raphael Charbey qui m'ont donné ou facilité l'accès aux données.

une association et non un individu). Le corpus est donc constitué de 46 comptes dont les caractéristiques sont détaillées dans l'annexe 1. Il comporte un peu plus d'hommes que de femmes (25 contre 21) et les 40/50 ans sont mieux représentés que les 30/40 ans. 29 comptes ont été ouverts en 2008/2009, 10 en 2010, et 7 en 2011 ou après. La situation matrimoniale n'a été remplie que par une partie des interviewés et il est en l'occurrence plus raisonnable de se fier aux informations fournies dans les échanges au sein des comptes qui sont en général explicites sur les situations de famille. La base Algotop me donne accès aux statuts échangés sur le mur et pas aux messages privés. Il a été possible d'ouvrir une partie des liens mais par leur totalité (pas les photos personnelles notamment)

Facebook a été un sujet important dans les entretiens, même avec les 13 individus (sur 50) qui n'avaient pas de compte. Au sein de cette minorité de non pratiquants, tous ont entendu parler du réseau dans leur entourage et ont lu des articles dans la presse : ils ont donc un avis sur la question. Quant à ceux qui ont ouvert un compte, ils l'ont fait pour des raisons très diverses : pression de la famille, des amis, ou des collègues pour participer aux échanges, curiosité pour le réseau dont tout le monde parle, défi d'un soir au cours d'un dîner bien arrosé, ou, et ce fut le cas de plusieurs enquêtés, nécessité d'ouvrir un compte pour aller surveiller ceux qui ont été ouverts par les enfants (*« on l'a pris juste pour surveiller notre fille qui a 19 ans, pour regarder ce qu'elle met »*). Bref, on y va souvent à l'essai pour voir -et surtout pour voir ce qu'y font les autres.

Cette diversité d'entrée dans la pratique se reflète dans l'hétérogénéité des engagements dans cette dernière. Il serait simpliste d'opposer ceux qui ont un compte à ceux qui n'en ont pas : il y a ceux qui ont ouvert un compte et ne s'en servent pratiquement pas (*« j'y vais tous les saint glinglin »*), ceux qui se contentent d'aller voir ce que postent les autres sans jamais rien poster eux-mêmes (*« j'aime bien aller voir ce que les gens racontent »*), comme, à l'inverse, d'autres qui consultent très régulièrement leurs notifications, postent de nombreux contenus et entretiennent des liens avec certains interlocuteurs de leur entourage uniquement par Facebook.

On retrouve cette hétérogénéité dans les 46 comptes issus de l'enquête Algotop. Les différences d'engagement dans la pratique sont sensibles au niveau du nombre de statuts publiés (messages ou liens) qui varient de 2 à 3.852, et les pratiquants intensifs sont

minoritaires par rapport à tous ceux qui ont un usage nonchalant ou épisodique du dispositif⁴. Le nombre d'amis n'est pas prédictif de l'activité du compte : ce n'est pas parce qu'un individu déclare un réseau plus gros qu'il aura plus d'échanges. De façon générale, les réseaux d'amis des comptes populaires apparaissent bien plus petits que ceux des autres milieux sociaux : on a ici un nombre médian de 66 amis contre 282 à l'échelle de l'ensemble des enquêtés d'Algopol.

Si l'on se place du point de vue du matériau recueilli dans les entretiens, on comprend bien pourquoi les pratiques de Facebook sont aussi hétérogènes. Le rapport à ce réseau social est en réalité très ambigu. Comme nous le dit une interviewée, « *c'est à la fois bien et pas bien* ». « *Bien* » parce que cela permet « *d'avoir des nouvelles* », de « *voir les petits grandir* », de « *retrouver des personnes qu'on a laissées* », de « *partager des bons plans* », de recevoir des citations qui disent « *quelque chose pour soi* », de ne pas oublier les dates d'anniversaires, de s'envoyer des chansons ou des vidéos qui rappellent des moments passés ensemble, de faire circuler des contenus drôles ou insolites. C'est aussi « un passe-temps » qui occupe pendant les pauses au travail, et détend quand on rentre le soir chez soi -il ne faut certainement pas négliger cette dimension ludique quand on analyse les usages de ce réseau social.

Et pourtant, c'est aussi « *pas bien* ». Souvent, ce n'est pas intéressant : « *y en a qui mettent toute leur vie! Mince on n'est pas obligés de savoir ce qu'il est en train de manger ou qu'il est en train de dormir!* » Parfois, c'est choquant : « *enfin ça regarde pas les gens, faut quand même préserver un peu d'intimité!* ». Les déballages des autres incitent à une curiosité mal placée (« *on peut vite faire la fouine hein!* »), les indiscretions aggravent les commérages (« *j'appelle ça une boîte à ragots* ») et peuvent générer des conflits.

Entrer dans Facebook c'est donc entrer dans un univers où les repères traditionnels des classes populaires peuvent être ébranlés : la vie de famille risque d'être jetée en pâture à de possibles inconnus, les liens forts fondés sur la confiance que donne la familiarité sont dilués dans une masse de faux « amis ». Mais surtout les intentions peuvent être trahies par des mots écrits qui sont envoyés à distance. Les interviewés décrivent Facebook sur le mode de l'oralité (« on se *parle* sur Facebook », « on fait des *conversations* » « des choses *dites* »), pourtant ce sont bel et bien des mots écrits qui sont échangés. Un univers d'écrits dont Bernard Lahire a bien

⁴ C'est un constat général de l'enquête Algopol dont les premiers résultats montrent de très fortes variations de l'intensité d'utilisation des comptes et une grande variabilité des usages. Voir Bastard, Cardon, Charbey, Cointet, Prieur « Facebook pourquoi faire ? Configurations d'activités et structures relationnelles » *Sociologie*, 2017, 8, 1, pp. 57-118.

montré la dévalorisation dans les milieux populaires par rapport à l'échange oral en face à face (Lahire 1993). Comment gérer tous ces obstacles ? L'analyse des comptes Facebook permet d'esquisser quelques pistes.

Quoi dire et comment le dire?

Le projet Algopol a été conçu pour travailler sur la question des réseaux à partir d'une grande masse de données et les traitements de cette enquête qui ont été, ou sont en train d'être réalisés, privilégient une approche quantitative. A l'inverse, je vais proposer ici un traitement qualitatif à partir de l'analyse approfondie d'un petit nombre de comptes dont les titulaires présentent des caractéristiques communes en termes de profil social.

Ce travail repose sur deux éléments principaux : les messages échangés et les liens URL envoyés. Ces liens peuvent être de nature très diverse, allant de photos personnelles (que je ne peux pas ouvrir car leur accès est protégé dans le cadre de l'enquête) à des vidéos YouTube (dont beaucoup de clips musicaux) en passant par des articles de journaux, des panneaux de maximes sur la vie –que les interviewés appellent des « citations »-, des sites de lieux –villes, restaurants-, des parodies politiques, etc. Ils peuvent être des liens reçus ou envoyés. Les échanges sont constitués d'un ou plusieurs messages (en réponse au premier) : l'application me permet de savoir si c'est le titulaire du compte ou un membre de son réseau qui a posté le premier message. Je n'ai pas de moyen d'identifier les interlocuteurs sauf si le contenu des échanges ou les apostrophes le permettent (par exemple lorsque les interlocuteurs sont désignés par leurs liens de parenté du type « merci cousin », ce qui en réalité est souvent le cas). Les données me permettent aussi de savoir si le lien ou/et le commentaire postés ont suscité des *likes*, un mode d'interaction qui permet de signaler qu'on a vu un contenu sans y répondre explicitement.

Il a fallu élaborer une méthode de travail qui soit adaptée à toutes les particularités de ce matériau et notamment aux grandes variations individuelles dans les usages du dispositif. On le sait par les entretiens, au sein d'une même famille, il peut exister des pratiques de Facebook très différentes : une sœur peut raconter sa vie et l'autre ne jamais rien poster de personnel, un frère peut accepter tout le monde en « amis » et l'autre se montrer très sélectif, une femme adore poster ses photos de vacances alors que son mari trouve cela déplacé... On ne peut donc certainement pas identifier des modèles d'usages qui seraient typiques d'une classe d'âge, d'un sexe ou d'une position sociale. Il y a sans doute des régularités, notamment en termes de structuration des réseaux, que les analyses quantitatives sur l'ensemble des 15.145 comptes

permettront d'identifier mais, ici, il s'agit d'un tout autre projet. Ce qui est partagé, qu'il s'agisse d'un message ou d'un lien, sera analysé comme étant quelque chose qui a été jugé digne d'être partagé par celui qui l'a posté. Le fait qu'il y ait ou non un retour de l'entourage témoigne à son tour des normes locales de ce même entourage quant à l'importance du sujet abordé à travers ce partage. Il s'agit bel et bien de travailler sur ces données comme des informations sur les personnes : sur leur vie (de quoi parle-t-on ?), sur la manière dont elles la mettent en mots ou en images (est-ce que l'échange en ligne génère d'autres manières de communiquer que le face à face ?), sur ce qui suscite un retour de la part de l'entourage (et sur ce qui n'en suscite pas). Ces informations constituent évidemment une partie de l'histoire seulement, c'est ce dont on décide de parler avec les autres en ligne. Mais ce n'est pas non plus, dans le cas des individus étudiés ici, une partie coupée de leur vie de tous les jours. Comme le montrent les analyses des entretiens, dans le cas des classes populaires la famille et les très proches constituent les seuls amis évidents à accepter sur Facebook. Pour les collègues ou les relations amicales la chose est à réfléchir. C'est donc un autre lieu pour parler avec les mêmes, en élargissant l'entre soi à ceux qui sont trop loin pour être présents dans les interactions au quotidien.

Il est donc impossible d'identifier des modèles typiques dans les 46 comptes étudiés : chacun a sa manière de formuler ses commentaires : en langage abrégé ou pas, en parlant de soi à la première personne ou non -deux comptes sont ainsi rédigés à la troisième personne, plusieurs englobent le couple ou le foyer dans un « nous » ou un « on ». On peut toutefois repérer deux lignes de clivage.

Tout d'abord une opposition entre les comptes masculins et féminins. Le récit de la vie quotidienne domestique –les courses, le ménage, les obligations liées aux enfants- est beaucoup plus présent dans les comptes tenus par des femmes, certaines poussant même très loin cette description. Quand réponse il y a à ces récits, elle vient d'un entourage féminin. C'est un échange entre femmes, et souvent entre femmes de la même famille⁵. Les comptes masculins abordent plutôt des sujets liés à la vie publique, le sport et la politique venant en tête, et quand la référence à la nourriture et à la boisson est présente, elle est plutôt abordée sous un angle festif que quotidien (les barbecues pendant les vacances, les apéros entre amis).

⁵ On pense aux travaux de David Morley sur la réception genrée de la télévision en milieu populaire qui montraient déjà une coupure nette entre les préférences de programmes des femmes (les comédies et la fiction sentimentale, les émissions sur le quotidien, les actualités locales) et des hommes (le sport, l'actualité, les films d'action). Morley, 1986.

Il y a aussi des comptes de passionnés -qui sont majoritairement des hommes. Ces comptes comportent un certain nombre de messages liés à la passion (le cosplay, la photo d'avions, la pêche, les jeux de rôle) et destinés à d'autres hommes qui partagent cette passion. En revanche on ne peut pas dire qu'il y ait une parole féminine et une parole masculine autour des pôles confiance/action, souvent identifiés comme une expression forte des postures de genre (Pasquier 2005 et 2010). C'est même une des surprises de ce travail : plusieurs hommes jeunes confient sur Facebook leurs problèmes (de couple ou de travail) d'une manière qui donne entièrement raison aux analyses d'Olivier Schwartz sur la pénétration des normes de la « culture psy » dans les milieux populaires masculins (Schwartz 2011). Ils recueillent alors des messages de soutien venant à la fois d'hommes et de femmes.

On peut aussi opposer les comptes d'ouvriers et d'employés à ceux d'individus situés aux antipodes de l'échelle sociale, à savoir des professions intellectuelles et des professions libérales. Sur les 250 individus de l'échantillon Algopol répondant aux mêmes critères d'âge et de lieu de résidence dans ces deux catégories sociales, six comptes ont été examinés⁶. Ils montrent des différences avec les comptes des employés et ouvriers: nombre d'amis souvent plus élevé, nombre de messages bien plus importants, messages plus longs et plus rédigés, aucune circulation de textes récupérés sous forme de panneaux Facebook, beaucoup moins de photos personnelles, beaucoup de liens constitués d'articles de presse. Surtout le contenu des échanges est très différent : on parle beaucoup moins de sa vie personnelle. J'en prendrai un exemple précis, cet homme de 33 ans qui est graphiste web : on comprend par des allusions dans certains échanges qu'il a eu un enfant mais il n'a fait aucune annonce de cet événement sur son compte Facebook. Cela serait impensable dans mon corpus, où une naissance fait non seulement l'objet d'une annonce qui suscite un fort retour de l'entourage, mais est même préparée très en amont par de nombreux échanges autour de l'évènement. Dans leurs comptes, les professions supérieures parlent aussi beaucoup de leur vie professionnelle, parfois même exclusivement de celle-ci, comme ce professeur d'audiovisuel dans un IUT qui fait de son compte Facebook un lieu d'échange avec ses étudiants pour leur donner des conseils et leur suggérer des lectures. Là encore il n'y a pas d'équivalent dans les comptes des ouvriers et employés des services à la personne : quand le travail est abordé c'est toujours pour parler des problèmes qui lui sont liés, les horaires à trous qui rendent la vie impossible, la peur de ne pas

⁶ tirés de façon aléatoire, ils se sont révélés être les comptes des professions suivantes : une orthophoniste, deux enseignants dont un dans le supérieur, un graphiste, un gérant d'entreprise, une femme cadre.

réussir une formation, les périodes de chômage, les démêlés inextricables avec Pole Emploi. Bref, le travail est abordé à travers la question de l'emploi et non pour ce qu'on y accomplit.

On peut toutefois repérer une caractéristique commune aux comptes étudiés : ils fonctionnent beaucoup plus par partage de liens (qu'il s'agisse d'une photo personnelle ou d'un contenu trouvé sur internet) que par commentaires écrits. Un commentaire peut accompagner un lien, mais en général il est court, et a plutôt comme objectif d'attirer l'attention sur le contenu du lien. Les réponses de l'entourage, quand il y en a, sont tout aussi brèves. Les premiers résultats de l'enquête Algotol confirment à grande échelle ce constat : les 800 ouvriers et employés de l'échantillon total sont sur représentés dans le type « partageurs », défini comme un groupe « qui fait circuler de son news feed à son mur les contenus aperçus sur facebook et qui introduit dans le réseau les contenus découverts sur le web » (Bastard et als 2017 : 69 et tableau p 71). Le « partageur » le plus extrême des 46 comptes étudiés ici a fait circuler 1500 liens web ! Comme s'il parlait « en musique » à son entourage, il lui arrive certains matins, avant de partir au travail (il est manutentionnaire dans la grande distribution), d'envoyer dix liens de clips You Tube en quelques minutes, sans aucun message d'accompagnement. Inutile de dire que ses amis n'arrivent pas à suivre : ses liens sont peu likés et très rarement commentés. Les partages de liens sont une manière de parler de soi avec les mots des autres ou avec des photos, des vidéos ou des images. Ils méritent toute notre attention.

Entrer en interaction

Facebook est un dispositif socio technique insistant : l'algorithme rappelle les notifications reçues, suggère de nouveaux amis, incite à participer à des réseaux de jeux. Mais il est peu directif quant aux contenus mis en ligne : on peut remplir sa fiche profil de façon partielle (ou fausse même si c'est contraire à la charte), et chacun est libre de poster les messages ou les liens qu'il souhaite et de les rédiger dans le style qu'il veut. Le tout c'est de ne pas envoyer ces messages dans le vide : s'il faut très peu de compétences techniques pour ouvrir un compte Facebook, il faut des compétences sociales pour qu'il suscite un intérêt et des retours. Un premier constat s'impose : peu y parviennent. La plupart des 46 comptes étudiés ici génèrent un faible nombre de commentaires et même de likes, et il arrive souvent que les statuts postés ne rencontrent aucun écho. Les mobilisations de l'entourage n'en sont que plus saillantes. Elles s'activent dans deux types de circonstances : pour célébrer ensemble un événement heureux (les souhaits d'anniversaire constituant une version faible par rapport à

d'autres événements plus solennels comme l'annonce d'une naissance), ou pour témoigner de sa solidarité : maladie, perte d'un emploi, rupture sentimentale et périodes de déprime, les accidents de la vie ne laissent jamais l'entourage indifférent comme en témoignent les fortes mobilisations qu'on peut observer sur un compte habituellement peu actif.

Car la plupart du temps, les comptes Facebook des milieux populaires tournent à petit régime d'attention. C'est le cas de Jean, 43 ans qui déclare un emploi dans les services à la personne et vit dans le Nord de la France. Il a 43 amis sur Facebook, ce qui est peu. Il a ouvert son compte très tard, en février 2014, avec ce message « merci à tous ceux et celles qui ont accepté mon invit'FB, on se sent moins seul MDR⁷ ». Il a ensuite des échanges, de plus en plus épisodiques, avec des cousins et un oncle, mais visiblement ils n'ont pas grand-chose à se dire. Au début, Jean parle de sa vie quotidienne, et notamment des vacances et des week-ends, en insistant souvent sur les apéros dans le jardin (« my name is 2 grammes HAHAHA »). Au fil des semaines, il essaye d'envoyer des liens amusants susceptibles d'intéresser son entourage : une parodie de publicité Carglass, la bande annonce de 50 nuances de Gris, une vidéo scatologique sur l'accouchement, un site appelé *Bescherelletamère* qui propose des exemples de grosses fautes d'orthographe sur le Bon Coin ou dans la presse, des tests (quelle est votre célébrité jumelle ? Testez votre personnalité)... Il obtient très peu de retours. En septembre il poste ce statut : « Je sais que personne ne va voir mon message mais parfois quand je m'ennuie, je vais dans un supermarché et je compte les boîtes de sheba saumon », qui lui vaut les réponses suivantes : « T as vraiment rien d'autres a f.....!! *** Une épidémie ??? *** C'est familial comme manie... ». Il poste ensuite un long message décrivant les manières de protéger ses données personnelles sur Facebook en faisant une déclaration sur son mur (ce texte a beaucoup circulé et se retrouve dans plusieurs comptes). La réponse est cinglante : « Non mais tu y as vraiment cru ? ***^? ***^ l'influence de ta petite déclaration ? »⁸ Jean se défend : « bah j'en sais rien... faut mieux prévenir que guérir lol et c'est pas de moi je l'ai juste copier/coller :p après honnêtement j m'en tappe je mets rien sur FB hihi ». Sans doute a-t-il oublié cet incident car fin novembre il reposte le même message et s'attire une réponse énervée : « pffff Jean !!! tu lis pas les posts ????? » suivi d'un lien vers un texte expliquant qu'il s'agissait d'une rumeur sans fondement. Au jour de l'an il poste un message de bonne année qui lui vaut beaucoup plus de retours

⁷ MDR pour Mort De Rire.

⁸ Cette rumeur a commencé à circuler en 2011 et beaucoup d'autres que Jean y ont cru et ont suivi la consigne, mais là nous sommes en 2014 à un moment où de nombreux démentis ont déjà été publiés par Facebook

qu'habituellement, principalement de membres de sa famille. Le compte s'arrête en février 2015 : en un an, il a généré seulement 43 statuts. C'est très peu.

L'exemple de Jean montre plusieurs choses : le réseau de la parentèle n'est pas facilement mobilisable au jour le jour, alors qu'il peut être actif à des moments ritualisés -ici les vœux de bonne année. Envoyer des liens, seraient-ils insolites, ne garantit absolument pas d'avoir des retours qui débouchent sur des échanges : les likes, qui constituent la réponse la plus fréquente aux partages de liens URL, sont une sorte d'avis de réception qui ne signifient pas que le lien a été ouvert et regardé. De fait, les liens envoyés par Jean manquent d'unité thématique : l'entourage s'est rarement senti concerné au point d'en discuter. Cardon et Delaunay l'ont bien montré à propos des blogs, les contenus doivent entrer en adéquation avec le périmètre relationnel visé par le blogueur (Cardon et Delaunay 2006). Visiblement Jean n'a pas réussi à stabiliser des sujets d'échange avec des interlocuteurs privilégiés qui partageraient les mêmes passions ou centres d'intérêt. Il faut dire aussi qu'il n'aborde pas dans son compte les sujets qui sont généralement abordés dans les comptes masculins : le sport, les blagues sur la sexualité, la politique. Jean n'a pas trouvé son « style ». Or, un compte c'est un style. Ce style peut revêtir des formes très diverses, mais il faut en avoir un.

Un compte c'est aussi un travail d'accroche pour attirer l'attention de son réseau « d'amis ». Ce n'est pas trop difficile pour ceux qui ont des engagements communs dans un loisir, ni pour ceux dont le réseau est uniquement constitué de très proches intéressés par tous les détails de leur quotidien, comme dans ces comptes où dialoguent ensemble des mères et leurs enfants adultes ou un réseau de confidentes. Le problème se pose en revanche souvent pour les autres (*« je tiens à présenter mes excuses je ne sais plus quoi poster lol »*).

Il est clair que la peur de ne pas savoir comment s'exprimer, et pire, celle de parler dans le vide, n'a rien de spécifique à Facebook ni même au profil social des personnes enquêtées ici. C'est un phénomène général du web 2.0 qui a déjà été étudié à propos des blogs adolescents (Balleys 2015), ou des fan fictions (François 2013): ces travaux montrent que la contrainte, auto-imposée, d'agir comme les autres conduit à une forte stéréotypie de la production et au recours à des formules communes qui ont fait leur preuve. Elle se traduit aussi par l'emploi de formules de protection en fin de message comme « LOL » ou « MDR », dont le sens doit être moins compris comme une injonction à rire qu'une forme de doute par rapport à ce qu'on vient d'écrire. Pris entre l'inquiétude de ne pas savoir quoi dire et celle de ne pas être lu, les auteurs recourent à deux stratégies : ils recopient des messages qu'ils ont reçus ou relaient des chaînes.

Dans le premier cas, ce sont toutes ces maximes sur la vie qui circulent abondamment sur les comptes des milieux populaires, sous formes de textes ou de panneaux trouvés sur des pages Facebook. La reprise de textes envoyés par les autres est visiblement une pratique répandue et plutôt bien acceptée

C'est parce que la vitesse de la lumière est plus rapide que celle du son, que certain on l'air brillant avant d'avoir l'air con ^^

Réponses

magnifique jte la pik *** lol, c'est une piquée aussi^^ *** mdr *** Moi aussi je pique !!! *** ^^ *** Bon là c'est toi qu'à l'air con parce que y'a une faute d'ortho ! Ca fait mal aux yeux !!! *** ah merde! je vais engueuler celle à qui je l'ai copié collé mdr^^ *** 2 même^^

Les chaînes relèvent de deux grandes catégories : les chaînes de rumeur et les chaînes d'amitié. On passera vite sur la première catégorie qui est bien connue. C'est un modèle très ancien (Campion Vincent et Renard 2014) dont la circulation s'est faite par courrier puis par mails (Kibby 2005). Sur Facebook ce type de chaînes tourne systématiquement autour d'une menace d'ouverture des données du compte à des inconnus. Celle-ci est la plus fréquente :

Pour tous mes amis FB,

puis-je vous demander s'il vous plait faire quelque chose pour moi: je veux rester connecté en PRIVÉ avec vous. Cependant, avec les changements récents dans FB, le public peut maintenant voir les activités sur n'importe quel Babillard. Cela se produit lorsqu'un de nos amis utilisent les touches "aime" ou "commentaire", alors automatiquement, leurs propres amis peuvent ainsi...voir nos posts aussi. Malheureusement, nous ne pouvons pas modifier ce paramètre par nous-mêmes parce que Facebook l'a configuré de cette façon. J'ai donc besoin de votre aide. Vous seuls pouvez faire ça pour moi. S'IL VOUS PLAIT placez votre souris sur mon nom ci-dessus (sans cliquer), une fenêtre va apparaître, maintenant déplacer la souris sur "AMIS" (également sans cliquer), puis vers le bas sur "Paramètres", cliquez et une liste apparaîtra. ENLEVER le CROCHET

Réponses

C'est fais ma belle ... *** c fais fait de meme pour moi merci *** c'était déjà enlevé pour moi !! *** ok merci *** C est fait ! *** fait *** ok *** fait *** C fait *** c fait bisous *** fait !! *** fait *** item *** c'est fait *** c 'est fait ma belle, bisous *** fais *** c etait déjà fait *** fait aussi bisous bonne nuit :) *** fait ! *** deja fait *** C fait ma belle gros bisous

Les chaînes d'amitié constituent un cas plus intéressant. Elles reposent sur un principe d'émulation entre membres d'un même réseau, sur le mode d'un défi ou d'un jeu, comme ces consignes pour opérer des changements, tous ensemble, des photos de profil. Maltraitance animale, souvenirs d'enfance, people : ces opérations s'appuient sur des thèmes qui sont aussi très présents dans les liens partagés (encadré 2).

ENCADRÉ 2 les jeux sur les photos de profil

Nouveau jeu sur fb !!! pendant la semaine du 17 au 28 janvier vous devez mettre en photo de profil la photo d'une célébrité qui porte votre prénom !!! amusez vous bien et faites suivre car pour certain ça va être du joli !!!!

Change la photo de ton profil pour celle de ton animal de compagnie ou un autre animal. l'idée étant de ne plus voir de visage humain d'ici le 28 février, afin de soutenir la campagne contre les maltraitances faites aux animaux

Du 10 au 15 novembre, changez votre photo de profil Facebook par un héros de dessin animé de vos années d'enfance et invitez vos amis à faire de même. Le but du jeu? Ne plus voir une seule tête humaine sur Facebook mais une véritable invasion souvenir d'enfance jusqu'à lundi! On compte sur vous!! (*elles sont plusieurs à avoir mis candy*)

Autre variante : les chaînes d'exploration psychologique. Il s'agit de tester l'attention des autres en leur demandant de fournir une réponse personnalisée: choisir une lettre de l'alphabet à partir de laquelle il faut exprimer ses goûts et dégoûts, mettre une phrase sur son mur pour voir si on reçoit au moins cinq likes, imaginer les membres de son entourage « dans une maison hantée le soir d'halloween » en nommant « le premier à disparaître », « la première à disjoncter », « celui qui flippe » etc. La plus fréquente est la suivante qui parvient en général à susciter pas mal de réponses sur des comptes où, d'habitude, il y a peu de retours :

Ce petit test vise à voir qui lit mes messages et à s'amuser un petit peu.

Donc, si vous lisez ceci, laissez en commentaire un seul mot pour indiquer comment nous nous sommes rencontrés. Un SEUL mot SVP. Ensuite, copiez le message sur votre mur pour que je puisse à mon tour vous mettre un mot ! Ne vous contentez pas de mettre un mot sans copier le message ... Jouez le jeu jusqu'au bout (ce message a recueilli 11 réponses du type : voisine, cousine, famille, école, café, ex-belle-sœur, nom de lieu etc.)

On mettra à part un autre type de chaîne, qui apparaît être spécifiquement féminine dans le corpus : il s'agit de messages appelant à un jugement sur soi, soit très directement (« pendant 48h j'autorise tout le monde à dire ce qu'il pense de moi en bien ou en mal !!! ») soit sur un mode euphémisé comme la formule suivante qui circule largement :

Donne un mot pour chaque lettre de mon prénom, allez un peu d'imagination

Réponses

*charmante; humour; reveuse; yéyé (reference au année yéyé pour la fête); sympa; tumultueuse; étincellente; libre!!!! *** charmente, humaine, rigolote, yeux, super, tolérante, élégante, lumineuse***coeur(d'amour),hyperjalouse(géniale),rubis,yoyo,sensuelle,titilleuse,etoilé,langoureuse *** Chipie, Hystéro(parfois) , Rare, Yang, Sadomaso(un peu), Tentatrice, Edulcoré, Légendaire... *** Jo, j'adore toujours aussi franche *** C'est ce que tu voulais non!!! L'amour est emprunt d'honnêteté ;-) *** mais pk le sadomaso !!!! , tentatrice moi jamais !!!!!!! *** J'avoue plus maso que sado, dans ta relation aux hommes ma chérie!!!Tentatrice toi hummm toujours ;*

Le petit dérapage de la fin des échanges entre Chrystelle et une de ses interlocutrices n'a rien d'exceptionnel. Ces jeux de la vérité entre adultes sont dangereux : on s'y fait traiter d'alcoolique pour la lettre A, de bébé pour la lettre B etc. Ces chaînes peuvent avoir un coût relationnel. Certains « amis » ne se comportent pas en amis.

Il y a de fait de nombreuses allusions dans les messages aux opérations de « nettoyage » de son réseau qui sont autant d'occasions de prouver la solidité des liens avec ceux qui ont été « gardés ». On en a quelques exemples ici (encadré 3)

ENCADRÉ 3: faire le ménage dans son réseau

encore un petit ménage dans les contacts , les mauvaises langues dehors

réponse

Et je suis toujours la!!!! XD *** bien sur que tu es la

bon petit ménage chez mes amis!! si vous lisez ce message c'est que je vous aime ok, j'en ai zappé aussi certain que j'aime, mais on ne se cause jamais via faceBook, alors j'ai zappé qd meme. Ben oui, moi j'aime les gens :)

réponses

gros bisous a vous 3 a samedi *** Du coup ça fait du bien aux "survivants" on à l'impression d'être des rescapés de luxe :) Bien joué ! *** Nous aussi on t'aime notre animateur préféré!!! *** Me réchauffe le coeur d'être encore sur la liste !! *** Coucou, heureuse que tu m'aies gardé !!! Je pense souvent à vous et je me dis que ce serait sympa de se voir un petit coup... Bisous à toute la famille. *** merci de cet honneur lol... et faut vraiment que se fasse un apéro quand même... les jours sont trop court pour la détente mais trop long pour le boulot !!!!!!!!!!! *** TROP CONTENTE DE RESTER DS TA LISTE BISOUS A VS 3 A BIENTOT ***

c'est bête mais j'ai la hantise de voir des commentaires méchants a mon sujet, a chaque fois que je viens sur facebook (bien que j'ai retiré des personnes sur ce réseau et dans ma vie !!!!) j'ai fait le tri, je suis sereine, now

Petit calcule rapide, un peut moins 1/4 de ma liste a souhaité mon anif. Donc j'en déduis que je vais épuré ma liste de 3/4 des personnes ^^ Mais nonnnnnnnnnnn c'est de l'humour !J'en voudrais pas aux personnes qui n'y ont pas pensé. De toutes façon j'ai les noms et cela leur retombera sur le coins de la gue... :P

Un Gros ménage dans mes "amis" FB en vue !

Réponses

j'ai fait déjà , ça fait du bien : rangement par le vide !!! *** Oh non madame. s'il te plait. *** "épurer » de temps en temps.... *** Bon d'accord alors*** attetion j'attak... De 162 amis on va voir le résultat...! *** cherche bien!! *** 26 en moins ! oh !!!! pas beaucoup....! *** ben ç enorme déjà!!! les autres y passeront + tard!!lol *** Aller! 38 en moins. Adjugé!!! Pour le moment... *** kom quoi y avait vraiment besoin!!..... *** je t'envoie des demandes. *** comme je te comprends mais des fois il faut du temps bis

trois jours après

pfiou j'ai fait un nouveau ménage au niveau des amis!!!, ca fait pas de mal parfois. :), mine de rien, je suis bientôt a 110!!! :)

réponses

Ouf suis toujours la! ;) *** Tu veux descendre à combien ? *** Tous ceux qui ont pointé "j'aime" veulent plutôt te dire : "ouf, chui encore là !" ;-)

Tout cela peut donner l'impression que Facebook est pris très au sérieux par nos enquêtés : ils croient aux rumeurs, ils s'excusent de piquer des citations, ils remercient d'être gardés en amis. Et surtout, il est important pour eux que leurs messages soient lus et qu'on y réponde. Il ne faut pas s'arrêter à cette apparente naïveté. Facebook c'est souvent d'abord un moyen de passer le temps. Christian, ouvrier cariste, y consacre toutes ses pauses au travail⁹. Facebook c'est un moment à soi :

(ce statut est posté à 11h du matin)

C'est la grosse misère à l'usine ce matin ...

Réponses

Pkoi ?? *** t'as rien d'autre a faire au taf que de te connecter a fb toi va bosser !!!! *** Moi je suis en pause encore 5 min *** d'ici demain ça ira mieux, on est au complet de nouveau.... *** Ca bosse dur chez X (*nom entreprise*) lol *** courage reste moins de 2 heures... *** Meuh ouiiii et X reste jusqu'à 21H lui ! LOL, tu lui demanderas bien a kelle heure il rentre ce soir quand tu part :p (*il s'agit très certainement de la femme de X*) *** arrête de te plaindre et bosse !!!! (*sa femme*)*** Mdr comment qu'elle te traite ta femme ! Montre lui qui c'est le bosse ma couille ;)

(Ce statut est posté à 6h59 du matin)

Vivement 13h

réponses

tu fais quoi sur facebook à cette heure ? T pas sencé bosser, là ??? *** Simple, 7h pause, 9h pause, 11h pause... 13h fin *** je pense que je vais voir pour me faire embaucher!!! *** et après tu es fatigué lol *** ben oui car quand tu es en pause faut "penser" a aller bosser... lol *** Bon c'est pas tout mais g un metier... Mdr *** il n' embauche pas chez vous, avec toutes les pauses que vous avez je suis partante lol *** Bah vu les super primes que nous allons recevoir cette année . . . tu gagnes plus au chômage !!!

Il ne faut pas non plus perdre de vue que l'envie de participer à un réseau numérique peut s'accompagner d'une certaine distance par rapport à ce même réseau. Prenons-en pour preuve le grand nombre de messages ironiques qui circulent dans les comptes étudiés. On est là dans un schéma « d'adhésion à éclipses » pour reprendre une expression de Passeron, très proche de celui décrit par Hoggart à propos de la relation des ouvriers à la presse à sensation : capacité à « en prendre et en laisser », « attention oblique » (Hoggart 1970). L'encadré 4

⁹ Il est probable que l'ambiance des pauses a fortement changé entre collègues avec les téléphones connectés. Ce serait une enquête intéressante

réunit quelques exemples de ces mises à distance... On peut aussi renvoyer aux trois caricatures partagées qui relèvent du même esprit de dérision.

ENCADRÉ 4 : « Bienvenue sur fesse de bouc »

Truc de fou!!!!!! Il y a une chaîne qui circule, celle-là est VRAIE !!!! Elle te permet de gagner beaucoup d'argent..... Rapidement !!!!! Je te le jure... Ca marche.....!!!! elle s'appelle: "Lève ton cul et va bosser au lieu d'écrire des conneries sur Facebook". Faites tourner

Facebook sera payant à partir d'hier, à cause des roumains qui kidnappent tes meilleurs amis dans les magasins Kiabi !!! Ceci n'est pas une blague !!! Si tu ne copies pas ça sur ton mur, ton compte facebook va implorer et ruiner ton ordinateur !!! En plus, des skinheads moldaves vont débarquer chez toi et vider tes chocopops en écoutant du Justin Bieber !!! Faites tourner

réponses
naaaaaaan !! pas justin biebeeeeer !!!! *** je sais c'est horrible c'est pour ça que j'hésite pas à faire tourner c'est trop grave . Merci encore X de m'avoir permis de sauver mon ordi et surtout mon âme. *** tu te rends compte sera payant à partir d'hier en plus !!! non elle était trop forte celle là !! et puis Justin... t'as fait un bon de ton canapé ou même pas ? mdr ! *** non mais j'ai bien rigolé c'est déjà pas mal

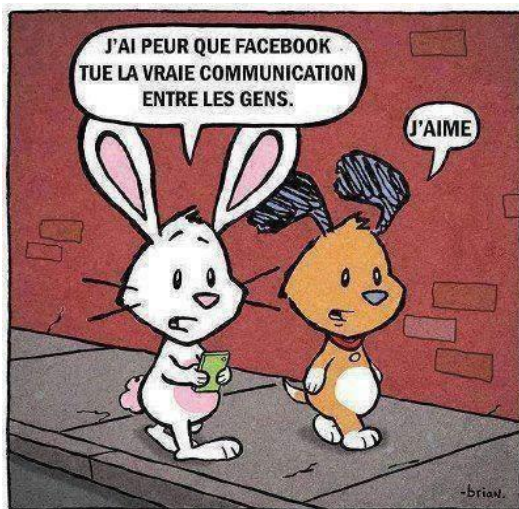
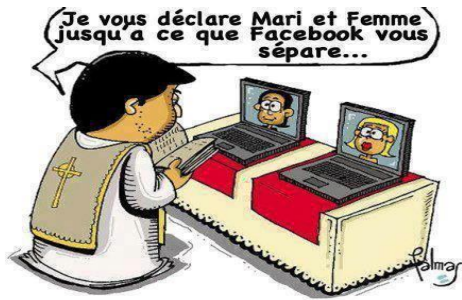
Bon voilà ...J'ai pris une décision qui n'a pas été facile mais je n'ai pas le choix...Je suis obligé de quitter facebook. Parmi vous, j'ai des amis formidables et sachez que je ne vous oublierai pas. Mais dans certaines situations on n'a pas le choix.....Donc je vais faire pipi et je reviens ! mdr ! Si toi aussi tu t'es fait avoir, publie sur ton mur

0820 200 200 numéro vert, écoute gratuite pour les délaissés de FB... ahahahah

réponses
^^ *** c'est pas une blague *** mais non c'est pas une blague!!! je viens de voir ça à la télé! délire ! *** beug du 21 déc 2012 ? *** spa une blague ? Zut, spa drôle alors :p *** Ah si c'est drôle! tout ça entre la libération de m'zelle qui c'est cassez et pub lessive :) MDR !!! *** j'identifie X qui semblait au bord du suicide il y a peu (et merde, raté :() *** j'en aurais bien un ou deux également à identifier, mais ce partage les aidera déjà :D *** Non mais attends ! Ça sert à quoi ce bidule ? J pige pas *** C'est comme les alcooliques anonymes sans doute! *** Bin oui, t'as pas d'amis, personne te clic, tu bip !!! ;) *** hahahahaha ! *** Plus j vois les gens , plus j aime dexter .. *** plus je connais les gens plus j'aime Desproges ^^

Mets ce message inutile sur ton mur si tu connais quelqu'un, ou que tu as entendu parler de quelqu'un qui connaît quelqu'un qui aurait dit ou fait quelque chose. Si tu connais personne qui a entendu parler de quelqu'un qui sache quelque chose sur quelqu'un qui n'en sait rien, copie-le quand même ! C'est vraiment important de diffuser ce message ! N'oublie surtout pas de rajouter les coeurs !!!

Je me promène sur les murs des gens dont les posts ne suscitent aucun commentaire et je clique « j'aime » par solidarité et compassion. Voilà. C'est ma nouvelle mission sur terre !



Facebook « s'apprend » donc surtout en imitant les pratiques de ceux de son entourage, voire même en reprenant les mêmes contenus. Finalement tout le monde puise au même pot commun. On est donc très loin du régime d'exploration curieuse de Nicolas Auray, et sans doute l'est-on volontairement : ce qu'on cherche en postant un message ou un lien c'est le consensus et non l'aventure. L'acquiescement et non l'ouverture. Je n'en ai pas parlé ici mais les liens You Tube qui circulent répondent au même principe de création d'une complicité dans l'entre soi : les likes ou les retours vont aux chanteurs qu'on a aimés dans sa jeunesse,

aux sketches que tout le monde connaît, aux personnages qui ont fait rire enfant. Pas de culture pointue, pas d'échappée dans des univers inconnus. Des usages confortables qui sont en accord avec sa vie de tous les jours. Alors oui, Nicolas Auray a parfaitement raison de penser que l'exploration curieuse est un régime qui demande des compétences bien spécifiques, mais c'est aussi clairement une pratique circonscrite à une petite élite sociale et culturelle qui, à l'échelle de l'ensemble des usagers du web, reste marginale.

Références bibliographiques

Auray Nicolas, 2016, *L'alerte ou l'enquête, une sociologie pragmatique du numérique*. Paris, Presse des Mines

Balleys Claire, 2015, *Grandir entre adolescents. A l'école et sur Internet*. Lausanne, PPUR, 2015.

Bastard Irène, Cardon, Charbey, Cointet, Prieur, 2017, « Facebook pourquoi faire ? Configurations d'activités et structures relationnelles » *Sociologie*, 8, 1, pp. 57-118.

Cardon Dominique, Delaunay Hélène, 2006, « La production de soi comme technique relationnelle Un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux*, 4, 138.

François Sébastien, 2013, *Les créations dérivées comme modalité de l'engagement des publics médiatiques : le cas des fanfictions sur internet*, thèse de doctorat de sociologie

Hoggart Richard , 1970, *La Culture du pauvre. Étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre* Présentation de Jean-Claude Passeron. Paris : Editions de Minuit (collection Le sens commun)

Kibby Marjorie, 2005, « Email forwardables : folklore in the age of the internet », *New Media and Society*, vol 7,6, pp 770-790

Lahire Bernard 1993 *La raison des plus faibles, rapport au travail, écritures domestiques et lectures en milieux populaires*, Presses Universitaires de Lille

Morley David, 1986, *Family television. Cultural power and domestic leisure*, Londres : Routledge

Pasquier Dominique, 2005, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris : Autrement

Pasquier Dominique 2010, « Culture sentimentale et jeux vidéo : le renforcement des identités de sexe », *Ethnologie française*, 40, 1

Campion-Vincent Véronique, Renard Jean-Bruno, 2014, *100 % Rumeurs. Codes cachés, objets piégés, aliments contaminés... La vérité sur 50 légendes urbaines extravagantes*, Paris, Payot

Schwartz Olivier, 2011, La pénétration de la « culture psychologique de masse » dans un groupe populaire : paroles de conducteurs de bus » *Sociologie* 2011/4 (Vol. 2)

Annexe 2

Caractéristiques des 46 comptes du corpus

Sexe	Age	métier	Situation Matrimoniale déclarée	Année ouverture du compte	Nb de statuts postés	Nombre « d'amis » FB	Dont « amis » masculins
H	35	employé caserne	En partenariat	2009	536 statuts	67	30
F	46	15	« C'est compliqué »	2009	621 statuts	84	34
F	38	16	En couple	2008	631 statuts	84	22
H	37	Directeur centre de loisirs	En couple	2009	194 statuts	85	37
H	42	Conducteur de bus	En couple	2009	173 statuts	110	64
H	46	16	Célibataire	2007	681 statuts	60	34
F	41	Assistante maternelle	Mariée	2010	1123 statuts	369	84
H	34	pompier	Fiancé	2009	205 statuts	139	121
F	44	Aide à domicile milieu rural	En couple	2008	570 statuts	45	16
H	37	Vendeur grande distribution	NA	2008	3688 statuts	27	12
H	42	Ouvrier cariste	En couple	2009	1582 statuts	199	89
F	50	Aide à domicile	NA	2010	250 statuts	29	15
F	46	Ouvrière agricole	Célibataire	2011	505 statuts	46	15
H	31	ouvrier	Marié	2008	297 statuts	136	102
F	34	Assistante maternelle	Marié	2007	1795 statuts	193	34
F	45	Employée fast food	En couple	2009	596 statuts	125	55
F	40	serveuse	En couple	2009	3852	240	147

					statuts		
F	42	15	NA	2009	320 statuts	65	25
H	37	Animateur centre de loisirs	En couple	2008	1180 statuts	149	60
H	49	16	En couple	2006	731 statuts	90	65
F	43	Femme de ménage	En couple	2010	765 statuts	87	20
F	48	Serveuse fast food	Mariée	2009	854 statuts	38	19
F	42	Assistante maternelle	NA	2012	115 statuts	41	13
H	49	16	NA	2009	1062 statuts	136	68
H	41	16	Marié	2010	2026 statuts	113	59
H	42	Ouvrier qualifié	NA	2008	1801 statuts	333	186
H	43	magasinier	Marié	2009	297 statuts	66	40
H	42	ouvrier	Marié	2010	153 statuts	94	60
F	35	Assistante maternelle	Mariée	2009	101 statuts	41	19
H	30	Ouvrier agricole	Séparé	2011	94 statuts	414	272
H	39	15	NA	2014	43 statuts	43	16
H	46	16	Célibataire	2010	95 statuts	85	52
H	38	16	NA	2009	80 statuts	116	77
H	45	16	N.A.	2010	71 statuts	31	17
F	32	16	NA	2010	30 statuts	61	23
H	31	16	Fiancé	2009	21 statuts	35	28
F	32	15	NA	2011	14 statuts	307	212
H	32	16	NA	2011	17 statuts	43	25
H	38	15	En couple	2009	20 statuts	46	17
F	39	15	NA	2010	50	47	9

					statuts		
F	41	15	NA	2009	19 statuts	46	17
F	43	16	Célibataire	2008	32 statuts	45	24
F	43	15	NA	2011	2 statuts	45	15
H	48	16	marié	2009	12 statuts	64	37
F	50	15	NA	2010	13 statuts	51	19
H	35	16	Célibataire	2009	45 statuts	44	19

NB : Catégorie 15 : employé des services à la personne. 16 : ouvrier. Les chiffres sont gardés quand aucune précision sur le métier exercé n'est donnée dans le compte.