



HAL
open science

Quand les internautes chinois prennent la parole

Séverine Arsène

► **To cite this version:**

Séverine Arsène. Quand les internautes chinois prennent la parole : Les nouveaux repères de l'identité. *Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique*, 2009, 55, pp.17-22. 10.4267/2042/31497 . hal-00635293

HAL Id: hal-00635293

<https://hal.science/hal-00635293>

Submitted on 24 Oct 2011

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Quand les internautes chinois prennent la parole: les nouveaux repères de l'identité.

Séverine Arsène est doctorante au CERI (Sciences-po/CNRS). Sa thèse, qui porte sur la prise de parole politique des internautes chinois, a été préparée pour l'essentiel au sein du laboratoire d'Orange Labs à Pékin.

Résumé:

Les internautes chinois investissent avec enthousiasme tous les outils de présentation de soi proposés sur Internet. Ils racontent par exemple leur histoire personnelle sur leur blog, se présentent au travers d'un avatar sur la messagerie instantanée QQ, et commentent sur les forums les embûches qu'ils rencontrent dans la vie quotidienne. Ils ont donc la possibilité d'affirmer leur identité et leurs goûts de manière extrêmement personnalisée. Sur la base de ces goûts, ils s'insèrent dans des réseaux sociaux choisis, beaucoup plus souples que leurs attaches familiales ou professionnelles, et dans lesquels l'individu est central. Cela fait d'Internet un support privilégié pour l'irruption de l'individu, dépouillé de certaines allégeances traditionnelles, mais également assujéti à de nouvelles normes sociales. En effet les internautes chinois se donnent comme référence un mode de vie « moderne », sur le modèle duquel ils peuvent affirmer une certaine « distinction ». Je rends compte de cette ambivalence sur la base d'entretiens approfondis effectués en 2006 et 2007 avec cinquante internautes pékinois « ordinaires ».

Mots clefs:

Internet, prise de parole, individualisation, émancipation, sujétion.

« Si on est quelqu'un de moderne, on est obligé d'utiliser Internet »¹.

Internet en Chine, c'est déjà 298 millions d'internautes², soit la plus grande population internaute du monde. Un simple coup d'œil sur l'un des grands portails Internet que sont Sina ou Sohu suffit à prendre la mesure de la profusion de services proposés en ligne. On s'y informe, on y joue, on y achète des biens, on y rencontre de nouveaux amis... Ce qui marque d'abord, c'est la richesse des possibles.

Politiquement, l'aspect le plus révolutionnaire d'Internet en Chine est certainement son ouverture massive à l'expression des citoyens ordinaires. L'expression individuelle publique, sans travail d'édition et de sélection préalable, n'existait pas jusque là, en-dehors peut-être de l'affichage mural (dazibao). C'est pourquoi on scrute, avec raison, les conditions dans lesquelles les individus peuvent s'exprimer, c'est à dire essentiellement la manière dont la censure s'exerce d'une part et est contournée d'autre part³.

Ne serait-ce pas pourtant brûler une étape? En effet Certeau (1994) a montré l'importance de la prise de parole, en elle-même, et avant même qu'elle ne porte un message politique. S'exprimer, c'est affirmer une certaine position dans la société, et montrer, voire déplacer la ligne de démarcation de certaines formes d'autorité. Les étudiants de 1968 ont d'abord pris la parole là où les professeurs, les parents, les autorités en avaient toujours eu le monopole. De même, la prise de parole des internautes chinois peut s'analyser comme l'affirmation du droit de cité des individus, là où la parole publique avait longtemps été le monopole du Parti.

Cela ne signifie pas que cette parole soit complètement libre. Nous savons d'ailleurs qu'elle ne l'est pas à de nombreux égards. Il s'agit seulement d'analyser la signification de ce déplacement des frontières de la parole publique, en termes de reconfiguration de la place de l'individu en Chine.

Un autre risque est d'analyser Internet comme le moteur unique et technologique de cette mise en avant de l'individu. Son adoption rapide peut au contraire s'expliquer par une certaine adéquation avec une série de changements qui affectent la société chinoise dans son ensemble (privatisation des logements, développement de la psychanalyse, individualisation des parcours professionnels etc...). Il faut donc analyser ce qui se passe sur Internet à la lumière de ces tendances plus générales.

Cet éclairage permet de montrer que le déploiement de la parole individuelle sur Internet n'est pas seulement porteur d'émancipation. Dans chacune de leurs actions, les internautes sont certes invités à concevoir et afficher leur identité de manière particulièrement individualiste et personnalisée. Cependant cette présentation de soi s'appuie sur des repères qui sont, en fait, très normés.

Je rendrai compte de cette ambivalence sur la base d'entretiens approfondis⁴ effectués en 2006 et 2007 avec cinquante internautes pékinois « ordinaires ». Compte tenu de leur nombre et de leurs situations très diverses, il est impossible de considérer que les internautes chinois forment un groupe homogène. Il y a en particulier des différences considérables entre les zones urbaines et rurales, tant dans le type d'accès à Internet que dans les profils socioprofessionnels, l'environnement culturel, le niveau d'éducation etc... Cependant les internautes sont plus souvent de jeunes urbains, jusqu'à trente-cinq ans, actifs ou étudiants, et relativement aisés. L'échantillon de personnes interrogées à Pékin couvre une variété aussi large que possible d'activités, de niveaux de revenus, de niveaux d'éducation au sein de cette population assez spécifique.

Des supports variés pour une expression individuelle personnalisée

Parmi toutes les activités qui leur sont offertes sur Internet, les internautes investissent massivement les divers espaces d'expression. Ils ont ainsi la possibilité d'affirmer leur identité et leurs goûts de manière extrêmement personnalisée.

Les forums, ou Bulletin Board Systems (BBS), représentent de loin le service le plus ancien qui soit accessible au grand public. Ils comptabilisent en 2008 près de cent millions d'utilisateurs sur des plates-formes telles que Sina, Tianya ou Xici Hutong. Nés dans les universités à la fin des années 1990, ils ont été beaucoup utilisés pour le partage d'informations factuelles sur la vie des campus. Avec leur popularisation, ils sont devenus tout à la fois des plates-formes de discussion sur l'actualité, des outils logistiques pour l'organisation de sorties entre amis et des lieux d'échanges de conseils pour déjouer les embûches de la vie quotidienne. Les internautes se disent heureux de pouvoir donner leur avis, d'écrire leur témoignage « personnel » sur de nombreux sujets, comme jamais ils n'en avaient eu la possibilité (mais dans les limites de la censure).

Il y aurait aussi plus de cent millions de détenteurs de blogs en Chine, dont peut-être vingt millions sont actifs. Les blogs ont d'abord marqué par l'avènement d'une forme de narcissisme rarement assumée jusque là et très controversée, avec par exemple « Sœur Furong », une jeune fille ordinaire qui se présentait et se photographiait comme une célébrité. Les blogs remplissent pourtant bien d'autres fonctions. En-dehors de ceux écrits par des célébrités ou des écrivains, il y a des blogs dédiés à des loisirs spécifiques, des blogs collectifs, des blogs sur tout et sur rien, et surtout un très grand nombre de blogs dont l'auteur raconte sa vie au

jour le jour. Les internautes interrogés s'inscrivent avec un enthousiasme unanime dans ce mouvement général qui met en valeur l'individu dans sa singularité. *« Je trouve que le blog c'est à toi, on dirait que c'est quelque chose de personnel. Tu ne peux pas te réserver un forum entier, mais tu peux avoir un blog entièrement à toi, tout ce qui y est écrit est à toi, c'est ton point de vue. »*⁵

Les pages personnelles sont parfois gérées comme de véritables produits marketing par chaque internaute. Le cas de la messagerie instantanée QQ est emblématique de cette tendance. Le service est conçu comme un univers complet, au graphisme très kitsch, dans lequel les utilisateurs construisent une image personnelle très élaborée. Lors de son inscription, chaque utilisateur choisit son avatar dans un catalogue. Certains avatars sont payants, et vendus en séries limitées, ce qui garantit à l'acheteur que son image sera différente de celle de ses amis, presque unique, en somme. Outre son compte de messagerie instantanée, l'utilisateur dispose d'une page personnelle, qu'il peut remplir et décorer avec des accessoires souvent payants. Il peut s'agir de vêtements virtuels, de bijoux, voire d'animaux familiers qui viendront se blottir dans les bras de leur avatar. Il y a près de 200 millions de comptes QQ en Chine.

La narration de soi devient mise en scène créative sur les sites de partage de vidéos. En témoignent les « Back Dormitory Boys », trois étudiants qui font un pastiche hilarant des chanteurs anglais les Backstreet Boys depuis leur dortoir d'université. De la même manière que les internautes du monde entier, les internautes chinois sont devenus producteurs de contenus audiovisuels. Il serait bien trop long d'établir ici une liste exhaustive des espaces que les internautes chinois investissent à des fins d'expression personnelle. Leur nombre et leur variété sont considérables.

La personnalisation n'est pas une exclusivité chinoise même si elle peut prendre des formes spécifiques. Tous les grands sites américains ou coréens ont leur version, ou leur copie chinoise, légèrement réadaptée au contexte local et, bien sûr, à la langue chinoise. La jeunesse relative des internautes chinois peut certainement expliquer le succès des graphismes naïfs comme ceux de QQ. Le contexte politique surtout, restreint le champ de l'expression personnelle en favorisant le narcissisme et en décourageant le discours engagé. Les modes d'expression sur le Web chinois ne sont donc pas parfaitement identiques aux modes d'expression occidentaux, mais ils en partagent de nombreux aspects, en particulier cette invitation permanente à l'expression individuelle.

Il faut mesurer le renversement complet de l'économie morale que cela représente dans le contexte de la Chine. Il y a à peine trente ans, les discours publics valorisaient essentiellement la conformité culturelle et politique. Sur ce plan, la Chine semblerait rejoindre les pays occidentaux sur la voie d'une forme de postmodernisme (Giddens, 1991). Désormais, l'individu devient un acteur central et narcissique, au sein d'une société qui valorise la singularité. Ce phénomène est l'objet de critiques en Chine et parmi les internautes eux-mêmes. Certains refusent d'ouvrir leur blog ou d'y écrire des choses trop personnelles par exemple, mais tous confirment être témoins de son expansion. L'injonction sociale est maintenant de se distinguer des autres, de montrer une personnalité originale, et ainsi de se ménager une place de choix dans la société.

La singularisation comme moteur de la reconfiguration du réseau social

On se distingue d'abord en montrant tous les signes d'un certain rang social. Par exemple, les comptes QQ sont constitués de numéros, plus ou moins longs selon l'ancienneté de l'utilisateur. Les comptes comportant peu de chiffres sont très recherchés car ils signalent une

adoption très ancienne du service, et ils sont l'objet de nombreux piratages. Les fournisseurs de boîtes mail proposent des comptes payants « VIP », dont l'intérêt principal est de faire voir son statut élevé à ses correspondants, avec une adresse sur le modèle *nom@vip.fournisseur.com.cn*. Les éléments les plus inattendus peuvent servir de support à ces efforts de différenciation. Par exemple certains forums affichent les adresses IP des utilisateurs. Les étudiants de la prestigieuse Université de Pékin affirment ainsi être capables de reconnaître les numéros liés aux ordinateurs de leur campus, ce qui les incite à poster des commentaires depuis ces ordinateurs, pour se donner du crédit! Internet permet ainsi d'afficher un certain statut social au travers d'une foule d'actions ordinaires, et, somme toute, à peu de frais.

On se distingue surtout en développant une personnalité originale au travers de ses goûts. Certains internautes choisissent un thème qui les intéresse particulièrement, et partagent sur les forums leurs connaissances ou commentaires. Parmi les personnes que j'ai rencontrées, je peux ainsi recenser des « amateurs » de voitures d'une certaine marque, des connaisseurs des systèmes de sonorisation, ou des gens intéressés par les animaux familiers, le cinéma ou les bébés. Les voitures et les hautes technologies (téléphones, ordinateurs) sont souvent cités comme des centres d'intérêts privilégiés. Ils situent immédiatement l'internaute dans une catégorie de gens relativement « avancés » ou « modernes ». Les internautes affichent ainsi une ou des facettes particulières de leur personnalité, au travers desquelles ils peuvent se mettre en valeur.

Sur la base de ces goûts, les internautes s'insèrent dans des réseaux sociaux choisis, beaucoup plus souples que leurs attaches familiales ou professionnelles. Un fil de discussion sur un forum peut donner lieu à la formation d'un groupe, dont les membres ne se connaissent pas toujours au préalable, et qui se dote d'un blog ou d'une liste de diffusion. Par exemple, les « car clubs » permettent aux internautes qui possèdent une voiture de se donner rendez-vous pour des sorties ou de se dépanner entre eux (Shang et al., 2009). Une jeune maman interrogée raconte également comment elle a fait la connaissance d'autres femmes qui ont accouché dans le même hôpital. Après avoir fait connaissance, elles échangent des conseils autour de la naissance de leurs enfants, et elles font même des achats groupés en ligne. Ces groupes sont extrêmement souples et mouvants. « *Vu que je suis devenue maman, bien sûr ça me conduit à discuter plus souvent avec des mamans, et mon entourage aujourd'hui c'est surtout ces personnes-là. Quand je retournerai travailler au jardin d'enfants je m'intéresserai à nouveau à ces, eh bien disons des choses du moment, c'est à dire que je déciderai des sites que je lis en fonction de ma situation du moment, voilà.* »⁶

Ces nouveaux liens sont très différents des liens familiaux ou professionnels. La famille est généralement présentée comme une contrainte coûteuse, car il faut subvenir aux besoins des plus jeunes et des plus vieux en l'absence d'assurances sociales. De plus nombreux sont les enfants uniques qui portent la charge de l'ascension sociale de leur famille. Pour les uns, cela suppose de redoubler d'efforts pour se procurer les ressources nécessaires. D'autres négocient leur marge de manœuvre de manière plus ou moins conflictuelle avec leur entourage.

Au contraire, les liens créés sur la base de centres d'intérêts ou de préoccupations communs sont dépourvus d'obligations réciproques. Ils sont très plastiques, et peuvent se rompre très aisément, au gré des évolutions de la vie d'une personne. En revanche ils ne sont pas entièrement gratuits dans la mesure où ils peuvent servir de ressources, notamment dans la gestion des obligations sociales. Ce sont en somme des liens faibles au sens de Granovetter (1973).

L'internaute qui se dessine dans ces supports d'expression est donc plus autonome dans ses choix de vie et dispose d'alternatives à certaines allégeances traditionnelles, dont le poids devient moins acceptable. Cependant, la multiplication des liens électifs est aussi le signe d'un

alourdissement des contraintes sociales, et elle s'accompagne d'ajustements normatifs non moins contraignants.

L'expression comme émancipation et comme sujétion

Les internautes interrogés qualifient presque invariablement la parole sur Internet de « défoulement », de « soulagement psychologique » ou « d'épanchement » émotionnel. Tous disent ressentir très fortement la pression que la société exerce sur eux, dans une époque très marquée par la compétition individuelle. Témoigner de ses propres difficultés à trouver du travail, se plaindre des filles qui réclament trop d'avantages matériels avant de s'engager, mais aussi s'indigner des passe-droits que s'octroient les puissants, permet de trouver écoute et compréhension auprès de ses contemporains. *« Je trouve qu'aujourd'hui il y a beaucoup de pression au travail, par exemple moi, en tant que professeur j'ai une très grande pression. Surtout quand mon mari travaille, et qu'il ne rentre pas, quand il me laisse toute seule, je vais sur Internet, et je dis ce que j'ai sur le cœur, c'est une façon de relâcher la pression. »*⁷

En ligne, les internautes expriment des choix de vie, mais aussi et peut-être surtout des questionnements sur les alternatives auxquelles ils sont confrontés. Sommés de faire des choix individuels, ils s'interrogent sur les nouveaux codes de la vie en société. *Faut-il héberger ses parents âgés? Quel est le type du mari idéal? Faut-il mettre les enfants dans des garderies anglophones? Comment pallier la hausse des prix? Que vaut mon diplôme, quel salaire demander?* Voilà autant de questions âprement débattues sur le Web chinois, et qui témoignent de la construction collective de normes nouvelles. C'est une manière de négocier le virage serré que la Chine a engagé vers une forme de modernité violemment imposée d'en haut.

Les réformes qui ont permis le développement économique de la Chine depuis trente ans se sont accompagnées d'un désengagement très profond de l'Etat, essentiellement dans les domaines de l'éducation, de la santé, mais aussi de l'emploi par exemple. Cela s'est accompagné d'un discours très insistant sur la nécessaire « modernisation » du pays, et d'amélioration de la « qualité » de sa population (Kipnis, 2006). Ce discours, qui est d'abord gouvernemental, est relayé par les promoteurs immobiliers, les annonceurs, et sous des formes diverses (voire contradictoires) par la population elle-même, dans ses ambitions d'ascension sociale. Il s'agit de rompre avec une certaine « arriération », de favoriser le développement technologique, et d'adopter un style de vie « moderne », essentiellement consumériste, qui ressemble étrangement aux clichés des séries TV américaines.

Le terme d'individualisation, tel qu'il est utilisé dans ces discours, consiste à faire porter sur les individus la responsabilité de leur « développement personnel » et a fortiori de celui de la nation. Ils sont ainsi soumis à l'injonction de rentrer dans les canons de la réussite scolaire, matérielle, professionnelle etc... Certains ressentent de ce fait une perte de valeurs morales et relaient la nostalgie de leurs parents pour l'égalitarisme abandonné. La plupart cependant embrassent la rhétorique de la compétition, soit qu'ils s'y résignent, soit qu'ils en bénéficient, car ils sont souvent mieux armés que d'autres pour tirer leur épingle du jeu.

Il se trouve en effet que l'utilisation d'Internet fait partie des attributs de cette « modernité » érigée en totem. De plus la population étudiée, plutôt urbaine et éduquée, qui ressemble à une « classe moyenne » idéalisée (Goodman, 2008), est particulièrement concernée par ces discours incantatoires sur la modernisation. Elle peut aisément se considérer comme étant à l'avant-garde des transformations de la société chinoise. C'est pourquoi les internautes reflètent particulièrement bien la variété des formes d'appropriation des discours sur la modernisation, ainsi que les tensions et les débats qu'ils suscitent.

Conclusion

Le mouvement d'individualisation qui caractérise Internet ne peut donc pas se lire indépendamment de ce contexte. Il offre aux internautes des ressources pour construire de manière autonome une identité singulière, des liens et des choix de vie alternatifs. Ce processus est également le pendant d'une responsabilisation des individus dans un système de plus en plus compétitif. Il conduit ainsi les individus à s'assujettir à de nouvelles normes très contraignantes (Foucault, 1976). Les nombreux questionnements partagés en ligne montrent enfin que les internautes se saisissent de ces normes avec plus ou moins de recul. Parfois ils les embrassent, d'autres fois ils les rejettent, les détournent ou les bricolent (Certeau, 1990), mais ils ne peuvent les ignorer.

Notes

1. W. KY, 25 ans, femme au foyer. Entretien réalisé à Pékin le 19 juin 2007.
2. Tous les chiffres sur les usages d'Internet en Chine proviennent du rapport du CNNIC de décembre 2008.
3. Voir entre autres *Internet Filtering in China in 2004-2005: A Country Study*, Open Net Initiative, 2005, consulté le 30/01/2006 sur <http://opennet.net>, et également *CHINE. Voyage au cœur de la censure d'Internet*, Reporters sans frontières, octobre 2007, consulté le 20/01/2009 sur http://www.rsf.org/IMG/pdf/Voyage_au_coeur_de_la_censure_FR.pdf.
4. Ces entretiens ont été réalisés dans le cadre de ma thèse de doctorat, grâce au soutien de Orange Labs.
5. G.J., 32 ans, secrétaire, diplôme de premier cycle, 3200 RMB/mois, entretien le 26 juillet 2007.
6. X.YH., 27 ans, puéricultrice, licence, revenu non communiqué, entretien le 08 novembre 2006.
7. X.H., 27 ans, enseignante, licence, 4000 RMB/mois, entretien le 03 novembre 2006.

Références bibliographiques

- Certeau M., *La prise de parole*, Paris, Seuil, 1994.
- Certeau M., *L'invention du quotidien I. Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990.
- Statistical survey report on the Internet development in China*, Pékin, CNNIC, décembre 2008, www.cnnic.net.cn.
- Foucault M., *Histoire de la sexualité. I La volonté de savoir*, Paris, Gallimard, 1976.
- Giddens A., *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*, Stanford University Press, 1991.
- Goodman D. (dir.), *The new rich in China. Future rulers, present lives*, Londres, Routledge, 2008.
- Granovetter M., « The strength of weak ties », *The American Journal of Sociology*, vol. 78, n° 6, mai 1973, p. 1360-1380.

Manuscrit auteur publié dans *Hermès*, n°55, décembre 2009.

Kipnis A., « Suzhi: a keyword approach », *The China Quarterly*, n°186, juin 2006, p. 294-313.

Shang D., Doulet J.-F. et Keane M., « Urban informatics in China, exploring the emergence of the Chinese City 2.0 », in Foth Marcus (dir.), *Handbook of research on urban informatics: the practice and promise of the real-time city*. Hershey, PA, 2009.