



HAL
open science

Profilopraxie et apposition des stigmates de la mort : comment les proches transforment-ils la page Facebook d'un défunt pour la postérité?

Fanny Georges, Virginie Julliard

► To cite this version:

Fanny Georges, Virginie Julliard. Profilopraxie et apposition des stigmates de la mort : comment les proches transforment-ils la page Facebook d'un défunt pour la postérité?. *Línguas e Instrumentos Lingüísticos (Brésil)*, 2016, 37, pp.231-256. hal-01575175

HAL Id: hal-01575175

<https://hal.science/hal-01575175v1>

Submitted on 12 Sep 2017

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.

Profilopraxie et apposition des stigmates de la mort : comment les proches transforment-ils la page Facebook d'un défunt pour la postérité ?

Fanny Georges (MCPN-CIM, Université de Paris 3)

Virginie Julliard (EPIN-COSTECH, Université de technologie de Compiègne)

Résumé.

Cet article étudie la transformation des profils de vivants en profil de défunts. Pour ce faire, nous nous sommes d'abord penchées sur les possibilités qui s'offrent aux endeuillés de pérenniser les profils des défunts et la manière dont ils les investissent. Lorsque les profils pérennisés sont investis, ils s'en voient transformés (sauf dans le cas des pages laissées en l'état et sur lesquelles les endeuillés peuvent se recueillir sans produire, modifier ou supprimer de signes). Cette transformation s'apparente à une profilopraxie, le profil du défunt étant modifié pour rentrer en conformité avec l'idée que s'en font les endeuillés et/ou à l'apposition de stigmates de la mort, le profil devant être reconnu comme celui d'un défunt. La manière la plus évidente d'apposer ces stigmates consistant à annoncer la mort du défunt, nous nous sommes ensuite intéressées à cette annonce. Nous avons identifié les énonciateurs qui la prennent en charge, les lieux où elle se manifeste et la façon dont cette annonce se formule. Ce faisant, nous avons révélé que les caractéristiques des RSN bouleversent les hiérarchies traditionnelles, les amis autant que la famille étant amenés à intervenir sur les pages profil, et donc à y apposer les stigmates de la mort et à les façonner pour la postérité. Il en résulte que la transformation du profil d'un vivant en profil de mort procède d'une co-énonciation entre des points de vue qui ne sont pas toujours semblables. Des tensions peuvent même s'exprimer entre les co-énonciateurs qui se manifestent sur un profil. D'ailleurs, certains choisissent d'investir d'autres espaces pour y produire une représentation du défunt qui leur paraît plus conforme à l'image qu'ils souhaitent voir passer à la postérité.

Profilopraxie et apposition des stigmates de la mort : comment les proches transforment-ils la page Facebook d'un défunt pour la postérité ?

Fanny Georges & Virginie Julliard

« *Il est des nouvelles qu'on aurait préféré apprendre autre part que sur FB.* »

Publication d'un proche sur la page Facebook de Vogalen (21/04/2013).

Tout au long de la vie, les réseaux sociaux numériques (RSN) accompagnent les vivants et sont le support d'expression de leurs pensées quotidiennes. Le processus d'acculturation technique mis en évidence par Josiane Jouët en 1989 chez les usagers du Minitel et des premiers ordinateurs a continué de s'opérer, faisant entrer les technologies et le web au plus profond des relations interpersonnelles et de la vie spirituelle. Comme l'a montré Jeffrey Sconce dans son ouvrage *Haunted Media*, les médias ont été de longue date associés intuitivement à l'au-delà. Les travaux sur les pratiques « technospirituelles » montrent que le web est investi comme support ou outil des pratiques religieuses (Douyère, 2011, Jonveaux, 2013), pour la consultation de contenus religieux (prières, textes sacrés), la conduite des pratiques religieuses (ex. situer la Mecque en vue de la prière musulmane) ou l'innovation religieuse (ex. envoi de SMS par Jésus) (Bell, 2006), ou encore dans un contexte de deuil (Duteil-Ogata & al., 2015). Des sites de pratique de « transcommunication instrumentale » (spiritisme sur internet) démontrent également que les morts ayant utilisé Internet de leur vivant, sont tout à fait à même de s'y exprimer après leur décès, tout comme les anciens s'exprimaient via les tables tournantes (Georges, 2013). Le support numérique est devenu pour certains usagers, un espace potentiel d'expression des défunts.

Le web social présente un phénomène de délégation croissante de la présentation de soi à la communauté des proches et surtout au dispositif d'écriture numérique (Georges, 2009). Nous avons donc souhaité étudier le cas limite de la mort d'un usager, en interrogeant comment l'identité numérique créée de son vivant continue de se construire après le décès, ceci en observant les actions du dispositif et les signes qu'il produit dans ce contexte ainsi que les *manières de faire* adoptées par la communauté des endeuillés. Depuis la fin des années 2000, des travaux ont en effet montré que les RSN (*Myspace*, puis *Facebook* en particulier) sont devenus des supports d'expression du deuil (Pène, 2011, Wrona, 2011)¹. On peut retenir que des caractéristiques propres aux RSN rappellent aux usagers la présence du mort parmi les vivants et nécessitent une réaction pour faire face à cette situation dysphorique. Par défaut, dans *Facebook*, les profils de défunts restent en ligne, continuant d'être indirectement actifs. Des notifications sont régulièrement adressées à leurs « amis » pour les enjoindre de recontacter les défunts, leur recommander de nouveaux amis ou leur souhaiter leur anniversaire. Le dispositif peut aussi faire envoyer automatiquement, par les profils des défunts, des suggestions de reprise de contact ou encore des invitations à jouer à des jeux joués de leur vivant. Cette forme de « récalcitrance » (Brubaker & Hayes, 2011) ou de survivance du défunt peut entretenir la détresse de ses proches et recèle des enjeux affectifs forts. Comme l'ont montré les entretiens que nous avons conduits, voir le profil du mort resurgir d'entre les vivants est insupportable pour certaines personnes. *Facebook* a pris conscience de ces enjeux et, depuis 2009, propose aux proches qui apportent la preuve du décès (acte de décès) de fermer les pages des défunts ou de les transformer en « compte de commémoration », que Sophie Pène désigne sous l'expression « page mémoriale² » (Pène, 2011). Dans ce cas, la page apparaît avec la mention « En souvenir de » (ou « remembering » en anglais) à côté du nom du défunt et plusieurs fonctionnalités sont désactivées : les pages continuent d'être consultables par les membres du réseau numérique du défunt, sans que l'application relance ses amis

¹ Au-delà des Rsn, de nombreux services payants dédiés à la visée mémoriale par soi-même, voient le jour chaque année (Georges et Julliard, 2014).

² « Page mémoriale » est un néologisme et anglicisme proposé par l'auteure pour traduire l'expression « *memorialized account* », appellation adoptée par Facebook et qui est traduite dans la version française de Facebook par « compte de commémoration ». Contrairement à « mémoriel », dont le sens en français est beaucoup plus large, puisqu'il reporte de façon générale à la mémoire (*mnemè*), le terme « mémorial » désigne ce qui est relatif à la mémoire dans le contexte de la mémoire d'un défunt.

pour qu'ils interagissent avec le défunt³, réduisant ainsi l'impression traumatisante de resurgissement évoquée par les endeuillés. Les proches ont eu longtemps assez peu recours à cette fonctionnalité, soit parce qu'ils ne la connaissaient pas (Odom et al. 2010), soit parce que les sujets confrontés au phénomène, ne faisant pas partie de la famille, ne sont pas en possession des pièces administratives nécessaires. Dans tous les cas, nos entretiens ont montré que dans la situation de deuil, il est difficile aux usagers n'ayant pas précédemment réfléchi à cette situation, de prendre des décisions ou d'effectuer des démarches relatives à ces espaces jugés triviaux par certains, face à l'inéluctable. Les usagers interrogés peuvent hésiter à perdre définitivement la totalité (dans le cas d'une suppression) ou une partie (dans le cas d'une transformation en page de commémoration) des contenus publiés sur les pages profils de leurs proches. Toutefois, on peut supposer qu'avec la médiatisation de ce thème depuis trois ans en France, de plus en plus d'usagers sont informés et susceptibles d'avoir réfléchi à ce qu'ils feraient dans une telle situation. Plus encore, avec la possibilité, depuis février 2015, de choisir de son vivant de supprimer son profil ou de le transformer en « compte de commémoration » à son décès et de désigner un légataire de son compte *Facebook*⁴ incitera sans doute les internautes à penser cette situation pour eux-mêmes. Ils peuvent ainsi faire le choix de conserver ou de supprimer leurs données, soulageant les proches de ce choix difficile. Le service permettant de transformer un profil en compte de commémoration ne constitue qu'un cas de figure parmi d'autres possibilités de pérenniser la mémoire du défunt, le seul envisagé par *Facebook*. Ainsi, bien qu'en théorie cet usage ne soit pas autorisé par *Facebook*, les usagers préfèrent parfois « faire vivre » la page d'un défunt dont ils ont les identifiants et mots de passe, ou choisissent de créer une page « groupe » à visée mémoriale, ces deux usages n'étant pas exclusifs (Georges et Julliard, 2014 ; Georges, 2014).

Nous procédons dans cet article à l'analyse des pratiques d'écriture qui transforment les pages profil de vivants en page de défunts à leur décès, qu'il s'agisse de supprimer, de modifier ou d'ajouter des contenus, en accordant une importance particulière à l'annonce de la mort, pratique que nous désignons sous l'expression « apposition du stigmate de la mort ». Ces transformations sont le fait des proches des défunts qui les assument en leur nom propre ou les délèguent à un média ou au « ligateur autonome » (c'est à dire l'ensemble formé par la photo de profil et le nom du compte, et compris comme l'identité condensée de l'internaute qui détient ce compte – Georges, 2007), comme si le défunt lui-même était l'auteur de telles transformations. On observe alors des phénomènes complexes de co-énonciation sur ces pages, les publications des proches en leur nom propre coexistant avec les publications du défunt, postées ou non de son vivant, les signes de survivance (de par l'activité du compte, le défunt paraît « persistant et actif » – Brubacker et Vertesi, 2010) côtoyant les stigmates de la mort. Des témoins nous ont rapporté que ces transformations avaient pour objectif de rendre le profil du défunt conforme à l'image que souhaitent en conserver les vivants. Nous désignons ce phénomène par l'expression « profilopraxie ». L'objet de cet article est d'étudier l'apposition des stigmates de la mort dans la perspective de la pérennisation du profil du défunt, en observant des traits caractéristiques de la profilopraxie.

Le cadre envisagé implique que cette transformation se produise immédiatement après le décès, dans les premières phases du deuil. Elisabeth Kübler-Ross (2005) a théorisé les cinq stades successifs du processus de deuil et qui font référence actuellement : le déni, la colère, le marchandage, la dépression et l'acceptation (sublimation). Dans le premier stade, celui du déni, l'endeuillé refuse la mort du défunt, et tente de trouver des éléments pour conforter ce déni. Nous pouvons donc supposer que la page Facebook du défunt puisse constituer une forme d'artefact qui permette de soutenir ce déni de la mort en raison des signes de survivance que les endeuillés peuvent y trouver. Dans notre analyse, nous interrogeons donc le moment de l'énonciation de la mort, en le mettant en relation avec cette tentative de nier la mort propre au premier stade. Ainsi, la question de l'énonciation de la mort sur la page Facebook du défunt implique le questionnement du déni de la mort propre au premier stade du

³ <https://www.facebook.com/help/103897939701143>

⁴ Le légataire est la personne qui prend en charge le compte du défunt à partir de sa transformation en compte de commémoration (il ne peut pas modifier les contenus publiés avant le décès sur le mur, lire les messages privés ou supprimer un ami, par exemple). Cf. <https://www.facebook.com/help/1568013990080948>

deuil ; or l'énonciation de la mort n'est-elle pas une forme d'apposition d'un stigmate de la mort, comme nous le développons plus loin, qui entre en contradiction avec le déni ?

Dans cet article, nous présentons :

- le dispositif méthodologique global de la recherche,
- les résultats concernant la pérennisation des pages de profil des défunts par les activités de publication post mortem (la proportion de pages pérennisées et les modalités de pérennisation),
- les résultats concernant les formes de l'énonciation de la mort, pratique que nous désignons sous l'expression « apposition du stigmate de la mort »,
- ces résultats nous permettent de circonscrire une partie des pratiques de profilopraxie.

1 Analyser les pratiques d'écriture qui transforment les profils de vivants en profils de défunts

Nous abordons le processus de pérennisation des profils des défunts sous l'angle des pratiques d'écriture qui surviennent après le décès d'un internaute (annonce de la mort, expression de compassion aux proches, hommage à la mémoire du défunt, adresse à celui-ci), en particulier dans les pages de profil des RSN créées du vivant des usagers. Par pratiques d'écriture, nous entendons les productions de signes par l'utilisateur dans l'espace du dispositif techno-éditorial (URL, textes, images, smileys, vidéos, likes). Ces inscriptions résultent matériellement d'une inscription et symboliquement d'une interprétation. Notre acception d'« écriture » s'entend au sens large : elle intègre aussi bien les textes, les images, les vidéos, les signes écrits utilisés comme symboles graphiques. Les dispositifs d'écriture numérique constituent avant tout des supports d'inscription et d'organisation symbolique de signes (ce sont des espaces éditoriaux, documentaires et de prise de parole) (Bonaccorsi et Julliard, 2010). Dans un contexte de mort et de deuil, les pratiques d'écriture sont multiples : les pratiques d'écriture « autour du mort » se rapportent aux productions de signes se référant au mort par les proches, qu'il s'agisse de l'évoquer avec la communauté des endeuillés ou de s'adresser à lui directement en revenant parfois sur les publications qu'il a publiées de son vivant (Julliard, 2016) ; les pratiques d'écriture « à la place » du mort concernent la production de signes par les proches depuis le compte du défunt. Si ces deux pratiques d'écriture participent à la transformation de la page d'un vivant en page de défunt et ont une incidence sur la représentation du mort, les secondes, en particulier, participent d'une « profilopraxie » et ce pour plusieurs raisons. D'abord, elles interviennent directement sur le profil pour le rendre présentable et plus conforme à l'image que les sujets adoptant cette posture d'énonciation se font du mort. Ensuite, ces transformations, tout comme les gestes du thanatopracteur, se font hors de la portée du regard des proches endeuillés, c'est le cas notamment pour les suppressions voire pour certaines modifications, sauf à faire l'analyse longitudinale des pages de profil ante et post mortem. Par ailleurs, il n'est pas toujours aisé d'identifier l'auteur empirique de ces transformations opérées depuis le compte du défunt.

Nous avons procédé à l'analyse sémiopragmatique d'un corpus de 46 pages créées du vivant des usagers, auquel nous avons adjoint 37 pages « groupe » se référant aux 43 défunts⁵ concernés à des fins comparatives.

Le corpus a été constitué selon deux procédés. D'une part, nous avons procédé à une identification de défunts par la presse, à partir de la base OT médias, de ce fait, la plupart des défunts dont les pages constituent notre corpus sont décédés des suites d'un accident ou d'une maladie médiatisée. D'autre part, nous avons procédé à une identification de défunts par recrutement boule de neige (les informateurs sont des proches des membres du projet). Dans ces deux cas, nous avons pu identifier les noms des défunts et faire des recherches à partir de ces noms dans le moteur de recherche de *Facebook*. Tous les noms n'étant pas associés à une page *Facebook*, nous n'avons conservé que les

⁵ Un défunt peut avoir plusieurs pages profil.

pages que l'on pouvait attribuer de façon plausible au défunt, cela en se fiant à l'adéquation entre le portrait du défunt délivré dans la presse et la description sur la page *Facebook* portant le nom du défunt et au contenu des publications lorsqu'elles étaient accessibles publiquement ou en demandant confirmation à nos proches. Dans la plupart des cas, et peut-être en raison de la médiatisation du décès dans la presse, il a été trouvé de nombreuses pages « groupe » à visée mémoriale créées post mortem, tandis que les pages créées du vivant de l'utilisateur ont été beaucoup plus difficiles à identifier. En revanche, nous n'avons pas eu accès aux hommages éventuellement produits sur les pages personnelles des proches autrement que par les entretiens – ou lorsqu'un membre de l'équipe a été personnellement concerné (ces pages ne font pas partie du corpus pour des raisons de sensibilité des données et de respect du caractère privé de cette pratique, mais nous en tenons compte dans une approche que l'on pourrait qualifier d'expérience participante).

Dans le cadre de l'analyse de corpus, nous avons procédé, dans un premier temps, à une consultation globale de l'ensemble des pages et à une lecture des publications. Le contenu de ces pages présentant des données très sensibles et propres à susciter la compassion et l'émotion, nous avons, pour ce travail sur le long terme, procédé à une lecture de ces pages dans le cadre de réunions à deux, ce qui nous a permis de partager nos impressions et d'en discuter. Dans un deuxième temps, nous avons procédé à l'analyse approfondie des profils. Dans un souci de respecter le droit à l'oubli, nous avons anonymé ces derniers. L'analyse du corpus s'est ainsi étalée sur 18 mois.

L'analyse de corpus a été en outre complétée par des entretiens qui ont permis de saisir des pratiques non observables telles que la suppression ou la modification de textes ou d'images. Nous avons conduit sept entretiens ouverts approfondis avec des personnes de notre entourage. Parmi ces sept entretiens, nous avons procédé à deux entretiens longitudinaux, opérant plusieurs entretiens sur une période de temps étendue, s'inspirant en cela des pratiques d'entretien en anthropologie, qui permettent de saisir un même point de vue en différentes phases du deuil.

2 La pérennisation des pages de profil de défunts

Comment et dans quelles proportions les pages de profils des défunts sont-elles pérennisées ?⁶

2.1 La proportion des pages pérennisées

L'étude longitudinale⁷ du corpus de 46 pages profil créées par les défunts de leur vivant a permis de répartir ces pages selon quatre catégories (cf. Tableau 1). Les entretiens nous ont permis d'étayer les manières de faire des usagers.

Tableau 1 Classification des formes de pérennisation des pages de défunts

Corpus total	46 pages de profil
Profils présentant des publications publiques après le décès	23
Profils ne présentant pas de publication publique après le décès	18
Profils supprimés	4
Profils transformés en page commémoration	1

2.1.1 Profils actifs publiquement post-mortem

Vingt trois pages sur les 46 que nous avons recueillies présentent des publications publiques post mortem. Il se peut que ces pages présentent en sus des publications réglées en mode « visible pour les amis et les amis d'amis », c'est-à-dire des publications auxquelles nous n'avons pas eu forcément

⁶ Ces aspects ont fait l'objet d'une présentation au congrès de la SFSIC (Georges et Julliard, 2015).

⁷ L'étude longitudinale a été conduite de la manière suivante : une première capture des pages a été réalisée en septembre 2014, une seconde en mai 2015. Les pages ont été analysées lors du premier et du second relevé, puis revérifiées six mois (octobre 2015) et un an après (avril 2016).

accès. Dans le cadre du recrutement par boule de neige, nous avons ainsi pu avoir accès à plus de publications que via les copies d'écran réalisées avec le compte du projet dans la mesure où le système reconnaissait nos comptes personnels comme des « amis d'amis » du défunt.

2.1.2 Profils ne présentant pas de publication publique après le décès

Ces profils sont restés tels quels, sans aucune mention du décès de l'utilisateur ni aucune information publiée après le décès. Le fait que nous ne consultations que les pages en mode « public » relativise nos résultats : sur les 18 pages ne présentant pas de publication publique après le décès, il se peut qu'une certaine partie soit animées en paramétrage « visible pour les amis uniquement ». Ce chiffre indique donc le maximum de pages du corpus non animées. De fait, sur les pages des défunts de notre entourage, non intégrées dans le corpus, les publications post mortem se font majoritairement dans ce dernier paramétrage privé, les usagers considérant ces informations trop personnelles sans doute pour être paramétrées en mode « public ».

2.1.3 Profils supprimés après le décès

Quatre profils de défunt ont été supprimés entre les deux sessions d'extraction. Sur l'ensemble des noms de défunts relevés dans la base OTMédia, il se pourrait que certains défunts aient eu une page de profil *Facebook* de leur vivant, voire que cette page ait pu être investie comme espace de mémoire après leur décès, mais qu'elle ait été supprimée avant notre première capture (septembre 2014). Dans le cadre du recrutement boule de neige, cette information a pu nous être fournie par des entretiens. Dans ce cas il s'agit donc d'une proportion minimale, davantage de pages ayant sans doute été supprimées en réalité.

2.1.4 Profils transformés en page commémoration

Sur les 46 pages de notre corpus, une seule a été transformée en page de commémoration. Cette proportion est en revanche en principe assez juste dans le contexte du corpus. Cela confirme les résultats de Odom et al. (2011), selon lesquels la fonctionnalité de transformation en page de commémoration est peu représentée.

2.2 Modalités de pérennisation de la page du défunt

Une moitié de notre corpus présente des publications publiques sur la page du défunt, tandis qu'une autre moitié n'en présente pas, ou ont été supprimées. Le fait qu'une page ne soit pas actualisée publiquement après le décès d'un usager ne signifie pas pour autant qu'elle n'est pas utilisée comme espace de recueillement : il se peut que la page ait été actualisée par suppression d'informations non désirables, comme il nous a été témoigné dans les entretiens, ou encore qu'elle ait été actualisée en mode « visible par les amis ».

2.2.1 Investir la page du vivant comme page de défunt : écrire et se recueillir

Quand il y a pérennisation d'une page de défunt, l'activité de publication post-mortem commence généralement avec l'annonce de la mort. La prise en charge de la première réaction à la mort sur la page d'un défunt (qu'elle soit annonce, hommage, témoignage) est un acte symbolique fort. Dans le cas d'un hommage ou d'un témoignage, cet acte peut dépasser la simple volonté de manifester sa compassion ou de partager sa douleur, puisque l'un ou l'autre peut aussi annoncer la mort de façon indirecte, sous réserve qu'ils soient lus.

Comme il a été témoigné dans les entretiens, la page du défunt est un support extrêmement sensible, et sujet à une décision de prise en charge sémiotique par les endeuillés. Lorsque la page est jugée insignifiante par les endeuillés, soit parce que l'utilisateur ne l'utilisait pas régulièrement, soit qu'il publiait des informations dont les endeuillés jugent qu'elles ne reflétaient pas sa personnalité, elle ne fait pas l'objet d'une décision sémiotique de prise en charge (la représentation n'apparaît pas aux proches comme devant se pérenniser).

La décision de sa suppression étant corrélée à des démarches pénibles auprès de *Facebook* dans ce contexte du deuil, il est probable que les usagers, *a fortiori* s'ils ne sont pas des usagers réguliers de *Facebook*, n'estimeraient pas que le coût symbolique de cette démarche se justifie du fait du caractère non représentatif de cette page : la laisser en état correspondrait donc, dans certains cas, probablement à une non décision. Par ailleurs, pour les endeuillés ou proches, connaissances, qui utilisent *Facebook* régulièrement, il est possible de supprimer le défunt de ses amis *Facebook* afin de ne plus recevoir de notification de relance de contact de la part de *Facebook*, et de revenir éventuellement sur sa page en passant par le moteur de recherche. Cette configuration peut sembler la plus proche de la relation traditionnelle à la stèle : les endeuillés reviennent sur la page du défunt et la consultent comme support de réflexion et de dialogue intérieur, se souvenant à travers les publications du moment où il était encore vivant. Cette pratique du dialogue intérieur n'est pas en contradiction avec l'usage d'une page actualisée post mortem.

2.2.2 La suppression et l'absence de suppression comme actes énonciatifs

Les pratiques d'écriture autour du mort procèdent par ajout d'information, mais aussi par suppression (supprimer une information non conforme à la représentation que l'utilisateur se fait du défunt pour offrir une meilleure image de ce dernier, ou encore suppression du profil) ou absence de suppression (ne pas supprimer le profil d'un défunt, ne pas supprimer une publication), autant d'éléments invisibles qui n'ont pu être saisis que par les entretiens ou une comparaison méticuleuse de différents états d'une même page de profil à plusieurs moments. En ces actes de suppression ou d'absence de suppression s'exprime tacitement la volonté de l'entourage de pérenniser une certaine représentation du défunt, et d'éviter que son image soit salie par des publications indésirables (ex. publications à caractère pornographique). Ainsi, le simple fait de laisser le profil intact peut nécessiter une surveillance constante du profil du défunt ; par suite on peut supposer que ce phénomène accentue la sensation de présence du mort sur lequel veillent les vivants.

3 Énonciateurs de la mort et lieux de l'énonciation

Lorsque quelqu'un décède, la nouvelle du décès circule confusément entre l'annonce orale en face-à-face ou par téléphone, et l'annonce écrite par faire-part, publication dans une rubrique nécrologique ou sur un RSN. Ces derniers modifient la temporalité de la prise de connaissance de la mort d'un individu en la rendant plus rapide, ou impromptue. Il n'est pas rare en effet d'apprendre directement la mort de quelqu'un sur *Facebook*, avant même que les autorités de police, par exemple, n'aient pu prévenir les familles au terme d'une procédure qui peut s'avérer longue⁸, ou encore d'apprendre la mort de quelqu'un bien longtemps après la date du décès, à l'occasion d'une visite sur la page d'un ami.

3.1 L'annonce de la mort par le dispositif techno-éditorial

Dans le cas où les proches ont souhaité transformer la page profil du défunt en page de commémoration, c'est le dispositif techno-éditorial qui prend en charge l'annonce textuelle de la mort en adjoignant la mention « En souvenir de » au nom de l'utilisateur sur la photo de couverture et à côté de la photo de profil. Cette apposition du stigmate de la mort par le dispositif techno-éditorial, si l'on envisage le processus de deuil tel que décrit par Kübler-Ross (2005), permet à la fois d'annoncer la mort, tout en maintenant les traces de vivance du défunt intactes. Le deuilleur « légataire » du compte, qui a fait les démarches auprès de *Facebook* pour opérer cette transformation peut ainsi être motivé par le désir de dénier la mort du défunt ou porter mandat du désir des familles de dénier cette mort. Or cette transformation a ceci de particulier, en regard des autres formes décrites ci-après, qu'elle est irréversible. Une fois la page de commémoration créée, il est impossible de revenir à l'état antérieur de

⁸ *Direct Matin* « Elle apprend le décès de sa fille sur Facebook », 20/09/2012) <http://www.directmatin.fr/insolite/2012-09-20/elle-apprend-le-deces-de-sa-fille-sur-Facebook-126616> (page consultée 24/04/16).

la page du défunt. Par ailleurs, la transformation en page de commémoration est en effet une forme d'institutionnalisation de la mort, puisque l'on recourt à une autorité tierce pour annoncer celle-ci. De ce fait, cette énonciation par le dispositif techno-éditorial peut aussi manifester l'acceptation-sublimation de la mort du défunt par le deuilleur légataire et/ou la famille qui le mandate, acceptation-sublimation qui marque l'aboutissement du processus de deuil.

3.2 L'annonce du décès sur la page du défunt par un proche : l'opérateur de l'apposition du stigmate de la mort, l'opérateur de l'entretien de la page et les communautés d'endeuillés

Sur la page profil du défunt, l'annonce de la mort n'est plus réservée à la famille, mais à l'ensemble des personnes autorisées à publier sur son mur : le clivage traditionnel, mis en visibilité par exemple dans l'organisation des funérailles, entre la famille et l'entourage, est très atténué. Ce nouveau rôle pris par les amis dans le processus de pérennisation du profil du défunt, et par là de sa mémoire, n'est pas sans incident, comme par exemple l'annonce prématurée de la mort d'un malade⁹ ou l'annonce du décès à la famille par les amis (voir supra). Toutefois, les usages sont rémanents, et on observe qu'au fil du temps la famille peut reprendre son rôle traditionnel d'entretien de la page du défunt. De fait, sur le long terme, se sont les très proches (la mère, le fils, la compagne ou la sœur) qui animent régulièrement la page. Deux témoins ont fait part de la constitution de communautés d'« amis » formées autour de la page *Facebook* d'un défunt ; ces communautés se rassemblent IRL (In Real Life) en la mémoire du défunt, et peuvent également entretenir la page en supprimant des informations ou en répondant aux publications. La socialisation du deuil sur internet peut donc ouvrir à la construction de nouvelles sociabilités entre amis du défunt qui ne se connaissaient pas préalablement, cimentées par la mort de ce dernier. Ces communautés d'amis peuvent soutenir la famille en deuil, par exemple, en organisant des soirées en l'honneur du défunt ou encore des cagnottes pour l'aider à payer les funérailles.

3.3 L'annonce de la mort sur la page du défunt par le ligateur autonome

Des pages de profil d'un utilisateur, après son décès, peuvent être animées par des proches ayant récupéré son identifiant et son mot de passe, sans que le décès ne soit notifié selon la procédure prévue par *Facebook*. L'annonce de la mort dans ce cas peut être publiée sous le ligateur autonome du défunt.

Dans une page du corpus présentant ce cas de figure, afin de désamorcer l'effet d'une telle annonce (l'utilisateur annonçant sa propre mort), le proche s'identifie immédiatement comme énonciateur distinct de celui auquel renvoie le ligateur autonome de prime abord : « *Ici la fille à (prénom nom du défunt) [...] pour ceux qui ne savent pas encore mon papa nous a quitter le 29 août 2014* » (Manon, 02/11/14)¹⁰.

Dans une autre page du corpus, l'annonce des funérailles émane du compte du défunt sans qu'aucun nom ne soit précisé en auteur, ce qui produit une situation étrange, le mort paraissant convier ses proches à ses obsèques. On peut supposer que cette forme d'énonciation permet tout à la fois de répondre à l'impératif social d'annonce du décès et de convocation de l'entourage, tout en maintenant le défunt quasi-vivant du fait qu'il publie lui-même l'annonce de ses propres funérailles. Les proches qui répondent à cette publication se prêtent au jeu, si l'on peut dire, utilisant la seconde personne pour s'adresser au défunt « on sera là pour toi *Nom du défunt* ». Ce procédé, qui peut sembler choquant, permet aussi aux deuilleurs de vivre pleinement la phase de déni du deuil en conservant cette possibilité de dialogue avec le défunt quasi-vivant.

On observe un même effet de masquage de l'énonciateur empirique (le créateur de la page et celui qui l'anime) par l'énonciateur identifié par le dispositif (le défunt) dans les pages « groupe » créées post mortem en hommage aux défunts. En effet, le nom du premier n'est mentionné nulle part, tandis que le second apparaît partout : l'image de profil et le nom étant généralement ceux du défunt (sur le

⁹ C'est le cas, par exemple, sur la page d'Alexander, dont la mort est annoncée deux jours avant le décès effectif du jeune homme par le biais de condoléances postées sur son « mur », alors même que le jeune homme est encore en train d'agoniser à l'hôpital.

¹⁰ Les citations du corpus sont reproduites telles que publiées, à l'exception des coupures que nous opérons pour les raccourcir et que nous marquons par des crochets.

modèle : « Hommage à (Nom Prénom du défunt) ». L'absence de mention du nom du créateur de la page est parfois sujette à polémique de la part des amis et de la famille du défunt, ces derniers accusant le créateur de la page d'imposture (Georges 2014).

4 Les formes de l'annonce de la mort/Les formes des stigmates de la mort sur la page du défunt

A la différence du corps physique, qui se transforme en cadavre, la page Facebook ne porte aucun signe immédiat de la mort produit par l'utilisateur lui-même : ce sont donc les proches, référencés comme « amis » sur la page, qui vont porter la charge de la transformation de la page du vivant en page de profil du mort. Cette transformation n'est pas sans conséquence, puisqu'un témoignage personnel adressé au défunt de fait devient en quelque sorte un stigmaté de la mort (exemple : « maudite route » publié en commentaire de la dernière publication géolocalisant le départ en voiture d'une utilisatrice décédée sur la route). Cet acte performatif de transformer la page Facebook du vivant en profil d'utilisateur décédé est d'autant plus difficile à prendre en charge que les usagers ne font pas partie de la famille. Dans cette partie nous distinguons plusieurs procédés d'apposition du stigmaté de la mort sur le profil de l'utilisateur.

L'apposition du stigmaté de la mort peut être produite de façon soit indirecte ou allusive (destinée à être comprise par ceux des « amis » Facebook qui sont déjà informés) soit explicite (ex. : « repose en paix »).

4.1 L'annonce de la mort explicite

La mort peut être annoncée explicitement sur la page du défunt par un proche publiant depuis le compte du défunt (voir supra), ou publiant un message ou un commentaire sur le mur de ce dernier. Cette annonce explicite prend différentes formes qui prolongent, en les transformant, ce que l'on observe IRL : annonce d'obsèques, éloges funèbres, formules consacrées.

4.1.1 L'annonce de la mort par l'annonce des funérailles

Plus fréquemment, l'annonce de la mort s'opère à travers l'annonce des obsèques : « La mise en bière de (prénom du défunt) aura lieu mardi 9 juillet à la maison funéraire (lieu). La levée de corps s'effectuera jeudi 11 à 14h et la cérémonie débutera à 14h15 à l'église Saint-Louis. L'inhumation se fera à 15h15 au cimetière de (ville). » (Lauryn, 08/07/2013).

L'annonce, très factuelle, n'est pas différente d'un faire-part annonçant les funérailles. Le texte en semble simplement repris. L'annonce des funérailles s'effectue plus souvent sur la page groupe à visée mémoriale créée post mortem que sur la page profil du défunt.

En publiant l'annonce sur la page du défunt, la famille peut ainsi prévenir les proches avec lesquels l'énonciateur de la mort n'est pas en contact et en l'absence de personnes pouvant relayer l'information à l'ensemble du réseau du défunt ; elle permet une prise en charge par le dispositif de la réunion des adresses de l'entourage, en particulier lorsque l'entourage du défunt et de l'énonciateur ne coïncident pas, c'est à dire souvent dans le cas des adolescents et jeunes adultes célibataires. Le caractère très factuel de cette annonce est inscrit dans le processus d'institutionnalisation de la mort du défunt. Elle est une formalisation, comme l'est l'envoi de faire-part de décès, au devoir d'annoncer la mort pour embrayer les processus de mort sociale du défunt et de deuil. De ce fait, les traces d'énonciation sont généralement absentes de ces messages, avec une prédominance de tournures impersonnelles tout comme observé sur les pages « groupe » créées post-mortem en la mémoire du défunt (Georges, 2013b).

4.1.2 L'annonce de la mort par un hommage stéréotypé : les formules dédiées

Dans les pages, toutes francophones, de notre corpus, la formule « Repose en paix » et l'acronyme RIP (*Rest in peace*) sont fréquemment utilisés par les usagers pour exprimer leur deuil et produire un hommage sur la page du défunt. Ces expressions font peu l'objet de publications principales : elles

figurent en commentaire d'un message publié par le défunt ou d'un document représentant le défunt (une photographie). Par exemple, sur une page de notre corpus, une amie publie en commentaire « RIP *Nom du défunt* » le 6 juillet 2013 sous le dernier message posté du vivant du défunt, publié le 29 juin 2013, c'est à dire une semaine auparavant. Dans ce contexte, l'expression RIP est apposée sur la dernière trace de vivance du défunt ; suivie de son prénom, elle semble s'adresser à lui dans une forme de dialogue avec le défunt quasi-vivant. L'apposition de ce stigmate de la mort provoque une réaction explicite le lendemain : une autre amie publie « quoi RIP ??? » le 30 juin 2013. Ce qui était l'expression du deuil se fait annonce de la mort, apposition du stigmate. De fait, l'annonce du décès ne sera pas plus formelle, mais sera suivie d'autres commentaires « RIP » à la suite du premier, et sur l'ensemble du mur. En revanche, les funérailles sont très clairement annoncées quinze jours après le décès, le 14 juillet, par un ami.

On peut s'interroger sur les motifs de la prédominance de l'expression RIP dans un contexte francophone. On peut facilement y lire une manifestation de l'emprise de la culture anglophone et en particulier américaine sur ce support américain. De plus, au vu de la gêne des témoins à évoquer les croyances religieuses (qu'elles soient musulmanes ou chrétiennes) auxquelles ces pratiques d'adresse au mort s'adossent, dans un pays revendiquant la laïcité comme la France, on peut également supposer que l'acronyme RIP serait plus pudique dans l'expression de la référence à la tradition religieuse que l'expression « repose en paix », issue de la tradition chrétienne. L'utilisation de « RIP » s'avérerait plus conforme à ce que les usagers considéreraient comme adéquat de formuler sur un support tel que Facebook.

4.1.3 L'annonce de la mort par l'éloge funèbre

La mort peut être annoncée explicitement sur le mur du défunt sous forme d'éloge publiée par un ami :

« L'histoire retiendra que tu as lutté jusqu'au bout de toutes tes forces alors en ton honneur nous garderons la tête haute. Être de joie et de lumière, danseur fantastique, chanteur magnifique, ami passionné et attachant tu laisseras à tous ceux qui t'ont connu le souvenir d'un chef-d'oeuvre inachevé. Ce samedi 17 mai 2014 tu as tiré ta révérence. Mon petit frère reçois tout mon amour de l'endroit où tu es. — with (Nom du défunt) » (Michaël, 17/05/2014).

Dans son éloge, Michaël s'adresse à son ami décédé, Alexander, à la seconde personne. Les qualités artistiques et sociales du défunt ainsi que les sentiments qu'il a éveillés chez ses proches sont mentionnés. Il est présenté comme un exemple à suivre. La mention de la mort est allusive, par la périphrase « tirer sa révérence » qui réfère à l'activité artistique du défunt. Le message est tagué pour qu'il apparaisse sur la page du défunt tout comme sur la page du producteur de la publication.

4.1.4 Délégation de l'annonce de la mort à un média

La circulation des textes et son appareillage techno-sémiotique sont des traits caractéristiques du web dit « 2.0 » et de son « économie des passages » (Jeanneret, 2014). Facebook, comme d'autres RSN, appaie la circulation des textes (Julliard 2015). Les endeuillés se saisissent de cette possibilité pour déléguer l'annonce de la mort à un énonciateur extérieur à la communauté des proches du défunt en partageant un article de presse sur le mur du défunt, et en invitant les amis de celui-ci à faire circuler l'information à leur tour. C'est le cas, par exemple, sur la page de Thibault, un motard victime d'un accident de la route. L'apposition du stigmate de la mort est le fait d'une amie qui poste sur le mur du défunt un article du Leprogres.fr intitulé « Après l'accident mortel du Sainte-Bénigne » simplement accompagné de la mention « à partager » (12/11/2013).

4.2 L'annonce de la mort implicite

L'annonce de la mort peut également être implicite. Dans notre corpus, ce type d'annonce s'observe essentiellement dans les commentaires que les proches du défunt publient sous les messages

postés par ces derniers et dans la modification des images de profil ou des photographies de couverture par les proches qui détiennent les identifiants et mots de passe des comptes des défunts.

4.2.1 L'annonce de la mort par commentaire d'une publication produite par le défunt

En premier lieu, l'annonce implicite de la mort s'observe dans les commentaires qui répondent aux messages publiés par les défunts de leur vivant, et en particulier aux messages publiés juste avant de mourir.

Par exemple, une « amie » publie en commentaire « maudite route » le jour du décès d'une utilisatrice de Facebook qui avait publié sur son mur en mode public, juste avant son décès d'un accident de voiture, l'information de sa géolocalisation dans une boîte de nuit à Saint-Tropez. Suivent des commentaires qui impliquent la connaissance du décès : « courage à vous !!! soyez fière de votre princesse ! ».

4.2.2 Annonce par le changement de la photo de profil du défunt

En second lieu, l'annonce implicite de la mort s'observe à travers le changement de la photographie de profil du défunt, généralement pour une photographie le représentant avec un proche qui s'est désigné comme le légataire de sa page. Le changement de l'image de profil pour une autre, qui n'est possible que si ce proche dispose de l'identifiant et du mot de passe du défunt, peut se comprendre comme le choix du légataire de publier une image supposée plus conforme à sa représentation du défunt. Souvent, cette nouvelle image présente ce dernier en compagnie de quelqu'un, dont on peut supposer qu'il est à l'origine de la modification. C'est le cas, par exemple, de l'image de profil d'Edgar, décédé le 21 février 2014, remplacée à deux reprises le 1^{er} août 2014. L'image de profil au moment du décès était la photographie d'une tête de cheval saisie à hauteur de naseaux et légèrement floue, dont on pouvait supposer qu'elle avait été prise par l'adolescent. Après la première modification *post mortem*, validée par 46 personnes qui l'ont « aimée », la photographie de profil représente un jeune garçon dans les bras d'une femme qui lui ressemble et pourrait être sa mère. Après une seconde modification *post mortem*, la photographie représente l'adolescent sur son cheval au galop, tournant le visage vers l'objectif. Cette photographie est depuis restée l'image de profil du compte. Cette modification a fait l'objet de 66 « j'aime » et de deux commentaires : « *Tu nous manque mon frère* » ; « *(Prénom du défunt), tu reste dans nos cœurs pour toujours* ». Le remplacement de l'image de profil témoigne d'un changement de perspective tant au niveau photographique qu'énonciatif : celle de l'adolescent qui montre un animal auquel il est attaché devient celle d'un parent, la mère probablement, qui publie l'image qu'il garde de son enfant (dans ses bras, au cours d'une activité). On peut également faire l'hypothèse que ce remplacement est « négocié » : ce n'est finalement pas la photographie d'intimité familiale qui persiste, mais plutôt celle de l'activité équestre avec le cheval auquel l'adolescent était manifestement attaché, comme si le parent à l'origine de la modification de l'image de profil était revenu sur sa première idée pour mieux « rendre hommage » à son fils. L'hypothèse selon laquelle le choix d'une image de profil manifeste la représentation du défunt qui paraît la plus conforme à l'idée que s'en font ses proches peut être étayée par un autre exemple. Si, pour son image de profil, Fabien a choisi de publier des *selfies* le montrant dans une voiture avec une jeune fille qui pourrait être sa petite amie, les images de la page « groupe » à visée mémoriale que crée sa famille à son décès le représentent seul (photo de profil) et embrassant une femme qui pourrait être sa mère sur la joue (photo de couverture). Si la page profil du jeune homme reste un lieu d'écriture et de recueillement pour certains proches, c'est surtout sur la page groupe que s'observe le principal de l'activité d'écriture *post mortem* autour du défunt, activité émanant principalement de sa famille.

5 Discussion/Conclusion

Dans cet article, nous avons voulu étudier la transformation des profils de vivants en profil de défunts. Pour ce faire, nous nous sommes d'abord penchées sur les possibilités qui s'offrent aux

endeuillés de pérenniser les profils des défunts et la manière dont ils les investissent. Lorsque les profils pérennisés sont investis, ils s'en voient transformés (sauf dans le cas des pages laissées en l'état et sur lesquelles les endeuillés peuvent se recueillir sans produire, modifier ou supprimer de signes). Cette transformation s'apparente à une profilopraxie, le profil du défunt étant modifié pour rentrer en conformité avec l'idée que s'en font les endeuillés et/ou à l'apposition de stigmates de la mort, le profil devant être reconnu comme celui d'un défunt. La manière la plus évidente d'apposer ces stigmates consistant à annoncer la mort du défunt, nous nous sommes ensuite intéressées à cette annonce. Nous avons identifié les énonciateurs qui la prennent en charge, les lieux où elle se manifeste et la façon dont cette annonce se formule. Ce faisant, nous avons révélé que les caractéristiques des RSN bouleversent les hiérarchies traditionnelles, les amis autant que la famille étant amenés à intervenir sur les pages profil, et donc à y apposer les stigmates de la mort et à les façonner pour la postérité. Il en résulte que la transformation du profil d'un vivant en profil de mort procède d'une co-énonciation entre des points de vue qui ne sont pas toujours semblables. Des tensions peuvent même s'exprimer entre les co-énonciateurs qui se manifestent sur un profil. D'ailleurs, certains choisissent d'investir d'autres espaces pour y produire une représentation du défunt qui leur paraît plus conforme à l'image qu'ils souhaitent voir passer à la postérité.

Tout comme l'usage des RSN a engendré des mutations des modalités d'être ensemble, et de nouvelles modalités de communication interpersonnelle, par suite, on peut considérer que la façon dont ils sont mobilisés pour rendre hommage aux morts accompagnent une mutation de la relation à la mort et au mort. De la rémanence des profils des défunts aux pratiques de profilopraxie, en passant par l'apposition du stigmate de la mort qui reste finalement une façon d'alimenter l'identité numérique du défunt, Facebook semble le lieu du déni de la mort. Dans *Facebook*, les morts font partie du monde des vivants.

6 Bibliographie

- Bell G. (2006). No more SMS from Jesus: Ubicomp, religion and techno-spiritual practices. *Lecture Notes in Computer Science 4206*, 141.
- Bonaccorsi J. & Julliard V. (2010). « Dispositifs de communication numériques et médiation du politique. Le cas du site web d'Ideal-Eu », in Aghababaie, M., Bonjour, A., Clerc, A., Rauscher, G., (dirs.), *Usages et enjeux des dispositifs de médiation*, Nancy, PUN, p.65-78.
- Brubaker J. R. & Hayes G. R. (2011). « We will never forget you [online]: An Empirical Investigation of *Post mortem* MySpace », CSCW 2011, March 19–23, 2011, Hangzhou, China.
- Clavandier G. (2009). *Sociologie de la mort. Vivre et mourir dans la société contemporaine*. Armand Colin, 247 p.
- Despret V. (2015). *Au bonheur des morts. Récit de ceux qui restent*. Paris, La Découverte.
- Douyère D. (2011). « La prière assistée par ordinateur », *Médium*, n°27, p. 140-154.
- Duteil-Ogata F. (2015). « New Funeral Practices in Japan - From the Computer-Tomb to the Online Tomb » in *Online Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, Vol 8 Religion on the Web. Proceedings of the Conference by the French Association for the Social Sciences of Religion : 11-27.
- Georges F & Julliard V. (2015). « Quand le web inscrit le mort dans la temporalité des vivants », XXe Congrès de la SFSIC, 8, 9 et 10 juin 2016, Metz.
- Georges F. & Julliard V. (2014). « Aux frontières de l'identité numérique. Éléments pour une typologie des identités numériques post mortem », *Les frontières du numérique*, N. Bouhaï, H. Hachour, I. Saleh (dir.). Paris, L'harmattan.
- Georges F. (2009). « Identité numérique et Représentation de soi : analyse sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. » *Réseaux*, 154. 165-193.
- Georges F. (2013a). « Le spiritisme en ligne. La communication numérique avec l'au-delà. » *Les cahiers du numérique*, 3-4, 9. 211-240.
- Georges F. (2013b). « *Post mortem* digital identities and new memorial uses of Facebook. The identity of the producer of a memorial page », *Thanatos*, vol. 3, n° 1, *Death, mourning and the internet*, p. 82-93.

Jeanneret Y. (2006). « Faire avec le faire communicationnel : les prétentions de la sémiotique face à l'horizon des pratiques », Nouveaux Actes Sémiotiques. Actes de colloques Arts du faire : production et expertise.

JEANNERET Y. (2014). Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeux de pouvoir, Paris, Éditions Non Standard.

Jonveaux I. (2013). Dieu en ligne. Expériences et pratiques religieuses sur Internet, Paris, Bayard.

Julliard V. (2016) (à paraître). « L'hommage aux défunts.cn. La semaine de la Toussaint chinoise à Shanghai sur Weibo », *Études de communication* n°46.

Julliard V. (2015). « Les apports de la techno-sémiotique à l'analyse des controverses sur Twitter », *Hermès* n°73, 2015, p.191-200.

Kubler-Ross, E. (2005) *On Grief and Grieving*. Schuster.

Odom W., Harper R., Sellen A., Kirk D. & Banks R. (2010). « Passing on & putting to rest: understanding bereavement in the context of interactive technologies ». Proc. CHI 2010, 1831-1840.

Pène S. (2011). « Facebook mort ou vif. Deuils intimes et causes communes », *Questions de communication* n°19, p.91-112.

Sconce J. (2000). *Haunted Media: electronic presence from telegraphy to television*. Durham: Duke University Press.

Wrona A. (2011). « La vie des morts : jesuismort.com, entre bibliographie et nécrologie », *Questions de communication* n°19, p.73-90.