S'exposer sur un réseau fantôme : Snapchat et la réputation des collégiens en milieu populaire

Margot Déage

▶ **To cite this version:**

Margot Déage. S'exposer sur un réseau fantôme : Snapchat et la réputation des collégiens en milieu populaire. Réseaux : communication, technologie, société, 2018, Classes populaires en ligne, 2-3 (208-209), pp.147-172. hal-03366036

HAL Id: hal-03366036
https://hal.science/hal-03366036

Submitted on 8 Dec 2021

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.

S'exposer sur un réseau fantôme : Snapchat et la réputation des collégiens en milieu populaire

Margot DEAGE, Sorbonne Université

RESUME

Les réseaux sociaux sont un outil majeur pour la construction de réputations. Les adolescents s'en servent pour s'affirmer parmi leurs pairs, tout en évitant la surveillance des adultes. Il existe encore très peu de recherches sur Snapchat. Il est pourtant devenu le réseau favori des jeunes et la crainte des professionnels de l'éducation. Ce réseau se démarque par la temporalité éphémère des contenus échangés et par l'invisibilité de la communauté. A partir d'une enquête (n)ethnographique de cinq mois dans quatre établissements d'Ile de France, je décris les usages que les collégiens font de ce réseau et explique pourquoi les jeunes filles des quartiers populaires s'y exposent à davantage de risques réputationnels.

INTRODUCTION : DES RISQUES REPUTATIONNELS DIFFERENCIES

Entrez « *danger snapchat* » sur Google et vous obtiendrez environ 899 000 résultats. Les premiers articles référencés alertent sur les risques auxquels s'exposent les adolescents en utilisant cette application. De manière générale, les nouvelles pratiques numériques contribueraient à redéfinir les notions de vie privée et d'intimité. Penser contrôler la diffusion de son image, faire confiance au récepteur, seraient désormais des conditions suffisantes pour partager des informations personnelles sur les réseaux
(Velten, Arif, & Moehring, 2017, p.243). F. Granjon et J. Denouël (2006, p. 28-29) qualifient d' « *impudeur* » le risque pris par les émetteurs quand ils révèlent des attributs identitaires au-delà de la sphère restreinte à laquelle ils sont habituellement réservés. Des images intimes infiltrent la sphère privée, des informations privées s'immiscent dans la sphère publique et y rencontrent de nouveaux observateurs, potentiellement porteurs de désapprobation morale. Plus la diffusion est étendue, moins la connaissance des publics visés est précise, plus il y a d'incertitude sur le contrôle de ces

informations. En ce sens, les émetteurs prennent un risque à s'exposer. Ces risques de dissémination émergent dans un cadre nouveau et suscitent des inquiétudes. La nouveauté brouille notre perception des conséquences et sème le doute sur la sûreté de nos pratiques. Comme c'est arrivé avec la télévision ou les jeux-vidéo, les réseaux sociaux génèrent un phénomène de panique morale (Boyd, 2014, p. 211). Les adultes ont tendance à exprimer leurs angoisses au travers des usages des nouvelles générations qu'ils imaginent débridés.

Dans une période de transition entre l'identification à l'univers parental et la construction d'une identité propre (Galland, 1991), les réseaux sociaux offrent aux adolescents la possibilité d'obtenir une certaine indépendance relationnelle et de conquérir leur autonomie (Metton, 2004). Sur les réseaux, il est possible de sélectionner ses contacts et de cultiver l'entre soi. Comme ce fut le cas avec les Skyblogs (Fluckiger, 2006, p.113), les jeunes utilisent les outils numériques pour s'approprier les normes de la culture juvénile, parfois opposées à celles de leur famille ou de l'école. Ils s'affirment généralement par une esthétique et un langage (Seguin & Teillard, 1996) influencés par les pratiques populaires (Pasquier, 2005, p.75), et par des comportements transgressifs (Mohammed, 2009, p. 182-183). Lorsqu'ils participent à une plateforme, les adolescents répondent à des normes d'usage qu'ils observent, reproduisent et dépassent. « *Les normes des réseaux sociaux se forment sous l'effet des réseaux* » (Boyd, 2014, p. 39-40). Elles sont collectives et se créent sous l'influence mutuelle des usages entre pairs.

Quand un utilisateur se connecte, il ne se sépare jamais totalement des connaissances et des croyances qu'il a acquises hors ligne. Les jeunes sont influencés par toutes sortes de discours concernant les risques liés à l'utilisation d'internet : contrôle parental, prévention scolaire, campagnes médiatiques, *etc.* L'adhésion à ces discours et les pratiques qui en découlent pourraient être différentes selon des milieux dans lesquels les jeunes ont grandi. A travers le jeu *sociogeek*, l'équipe de C. Aguiton (2009) s'est aperçue que des facteurs socio-culturels pouvaient faire varier la tendance des adultes à diffuser des informations personnelles. Les joueurs jeunes et/ou peu diplômés optent pour une attitude exhibitionniste voire provocante sur les réseaux. A l'inverse, les joueurs issus de catégories sociales plus diplômées se satisfont d'une exposition modeste, choisissant soit des clichés où ils sont peu identifiables, soit des photos traditionnelles, de famille ou de vacances. La mise en scène de soi serait liée à la manière dont on constitue

son réseau. Les joueurs des catégories favorisées opèrent une sélection restrictive de leurs contacts, sur des critères d'homogénéité culturelle. Les moins diplômés cherchent davantage à étendre leur réseau, en visant, pour les plus jeunes, une certaine homogénéité générationnelle. Dans ce cas, l'intensité de l'exposition de soi pourrait servir de ressource relationnelle (Cardon, 2006, p. 118). Partager des photos, des informations personnelles et entretenir des discussions avec les contacts, en suscitant leurs réactions, augmenteraient la popularité sur Internet (Christofides et al. 2009, p. 343). Pour étendre son réseau, il faudrait accepter d'abandonner d'avantage d'informations à une multitude méconnue. Si l'exposition de soi et la taille du réseau sont socialement différenciées, alors la prise de risque devrait l'être également.

Le risque à diffuser des informations personnelles sur un réseau peut se comprendre en termes réputationnels. En effet, l'incertitude dans l'exposition de soi repose sur la réception et sur le jugement d'autrui. La réputation est la synthèse des évaluations individuelles produites au sujet d'une personne (Chauvin, 2013, p.132). Cette appréciation peut être positive ou négative : il y a des bonnes et des mauvaises réputations. Sur les réseaux sociaux, elle est véhiculée par des dispositifs réputationnels (Beuscart et al., 2015) tels que les *likes*, les commentaires ou les *followers*. La réputation a une fonction cognitive et normative, elle permet de réduire l'incertitude en situation d'interaction : c'est un moyen de connaître l'autre indirectement (Elmer, 2013) et de prévoir la conduite à adopter. L'image que l'on diffuse en ligne, peut-être transférée dans d'autres sphères, via des canaux réputationnels plus classiques comme les commérages ou les rumeurs (Fine, 1986).

Communément, on parle d'un monde virtuel, comme s'il était séparé du réel. On étudie les réputations dans l'un ou l'autre, sans trop se soucier des effets de l'un sur l'autre. Certes, la réputation est socialement et temporellement localisée. Elle est inhérente à l'espace dans lequel elle émerge. P. Ragouet utilise l'expression « *arène de réputation* » pour désigner cet « *espace au sein duquel se nouent des relations d'échange, de coopération et de compétition en vue de l'obtention de trophées* » (2000, p.329). Elle est à la fois un espace d'interaction, un espace de rétribution, symbolique ou matérielle, un espace de socialisation et de contrôle. En fonction des représentations propres aux espaces, les critères de la reconnaissance changent. La propagation des évaluations d'une arène à l'autre peut présenter

des risques. Une réputation n'est ni universelle, ni permanente : le succès dans une arène peut être source de déchéance dans une autre. A travers une étude des usages que les collégiens font de l'application Snapchat, je montrerai que, malgré le caractère bilatéral et éphémère des conversations sur cette application, les collégiens en ont des usages réputationnels. Puis, j'analyserai les effets de ces activités en ligne sur la réputation hors ligne. Je chercherai à savoir, si par leur utilisation de Snapchat, les adolescents d'origine populaire s'exposent à des risques réputationnels particuliers au sein du collège.

Une (n)ethnographie comparative

Des observations et des entretiens ont été menés pendant près de cinq mois auprès de jeunes âgés de 10 à 17 ans dans quatre collèges franciliens. Le collège A, situé au cœur de la capitale, accueille des jeunes majoritairement issus de classes moyennes et favorisées. Le collège B, une REP+[1] dans une proche banlieue en cours de gentrification, reçoit un public majoritairement issu de classes populaires. Le collège C, accueille une population mixte : enfants de cadres et de professions intermédiaires habitant la banlieue pavillonnaire environnante et enfants des classes populaires habitant les citées voisines. Le collège D, une REP enclavée dans une cité agitée par le trafic de stupéfiants, accueille presque exclusivement des jeunes issus des classes populaires. Je suis connue dans ces établissements comme la « *dame des interviews* » et les élèves viennent me demander eux-mêmes pour faire un entretien pendant la pause de midi ou les permanences. Parfois, le personnel de l'établissement m'indique un élève à interroger, mais quand je prends contact par ce biais, je perçois une nette censure dans le discours de l'élève. Dix entretiens par établissement ont été retenus pour cet article.
L'origine sociale est synthétisée en trois catégories : classe populaire, moyenne et favorisée, à partir des déclarations des jeunes sur l'emploi des personnes qui les élèvent. En cas de PCS discordantes, la plus élevée est retenue.

Les activités des collégiens volontaires ont été observées en ligne. J'ai créé des profils en mon nom sur Facebook, Instagram et Snapchat. A la fin des entretiens je proposais aux élèves de m'ajouter sur ces réseaux. Si aucun n'a voulu prendre contact sur Facebook, ils acceptaient volontiers que je les

[1] Réseau d'éducation prioritaire

suive sur Instagram et Snapchat. A partir de ces quelques contacts j'ai pu ajouter d'autres élèves grâce aux « *amis communs* » et aux « *pubs* ». Quand ils demandaient mon identité, je me présentais en précisant qu'ils pouvaient supprimer mon profil s'ils ne souhaitaient pas participer. Seulement une dizaine de jeunes a refusé que je les suive : ils craignaient que j'aie des liens avec la police ou ils ne souhaitaient pas d'adultes sur leur réseau. Les ayant d'abord rencontrés dans leur établissement, j'ai acquis une certaine confiance auprès de ces collégiens, ce qui m'a permis d'accéder aux activités d'environ 200 d'entre eux sur Instagram et Snapchat.

Une monographie sur Snapchat

Les adolescents utilisent de nombreux réseaux. Sur Facebook est privilégié le dialogue avec la sphère familiale. Instagram leur permet de construire une identité relativement figée, à partir de photos travaillées, de témoins du quotidien avec des stories sommaires, et de dialogues collectifs au moyen des *lives*. Instagram sert généralement de carte de visite, de présentation sur le devant de la scène, alors que Snapchat alimente des conversations en coulisse (Goffman, 2006 [1959]). Instagram, comme Twitter ou Snapchat, dans une moindre mesure, est utilisé pour suivre des personnages médiatiques. WhatsApp et Skype servent à discuter en groupe, à partager des fichiers enregistrables (photos, vidéos, messages vocaux). Les plateformes sont choisies, à titre individuel, pour leurs fonctionnalités ou pour accéder à un réseau d'amis. On peut observer cependant, à l'échelle macrologique, des phénomènes de distinction sociale (Hargittai, 2007 ; Boyd, 2011). Ainsi, dans le collège A, le plus favorisé de l'échantillon, on constate que les groupes d'adolescents utilisent davantage Instagram que Snapchat. Les partages y sont ponctuels et durables. Les élèves qui l'utilisent exclusivement préfèrent un usage modéré des réseaux. Ils contrôlent le temps qu'ils y consacrent pour ne pas qu'il empiète sur leur travail scolaire, leurs loisirs, leur sociabilité, redoutant de se faire harceler, ou leur santé, craignant les insomnies, les maladies neurologiques. L'intensité d'utilisation de Snapchat varie selon les milieux sociaux et les établissements scolaires.

Elle va de l'activité permanente, fréquente chez les classes populaires, à la déconnection totale, observable chez certains jeunes du collège A. J'ai choisi d'analyser Snapchat pour quatre raisons : sa popularité chez les jeunes des classes populaires, la rareté des travaux qui lui sont consacrés, la singularité

de son interface et le fait qu'il soit perçu comme un facteur de risque majeur pour les jeunes, par les professionnels de l'éducation.

Ce réseau utilisé quotidiennement en septembre 2016, selon la Snap Inc., par 8 millions de Français, est un phénomène de génération. Il est très vite apparu au cours de l'enquête que cette application était la plus prisée par les adolescents. Un fait confirmé par la firme qui indique que 71% des utilisateurs du réseau auraient moins de 25 ans (Coëffé, 2017). Les adolescents ont affirmé, presque à l'unanimité, leur préférence pour Snapchat. Cet engouement pour une application exclusivement disponible sur smartphone entraine une forte pression à l'équipement pour les adolescents et leurs familles. Dans les collèges, on observe que les élèves sans téléphone et ceux qui possèdent un « *bigo* », un « *téléphone à touche* » ou tout téléphone trop ancien pour télécharger Snapchat, font l'objet des moqueries de leurs camarades. Les parents offrent généralement un premier smartphone pour le passage en sixième ou sous condition de bons résultats scolaires. La résistance à l'équipement est très rare et concerne surtout les adolescents issus de milieux hautement diplômés (Pasquier, 2005, p.122). Cette application, centrale dans la vie des jeunes, a fait l'objet de peu de travaux. La plupart des publications se bornent à analyser le fonctionnement ou les polémiques autour du réseau. Pourtant, Snapchat se différencie très nettement des plateformes habituelles. C'est pourquoi il est apparu nécessaire d'analyser spécifiquement ce dispositif technique et les usages qui en sont fait.

La socialisation juvénile numérique, à l'abri du regard des adultes, soulève de nombreuses inquiétudes dans le monde de l'éducation. Une des principales associations de prévention contre les risques du numérique agréée par l'Education nationale, e-Enfance, a dédié une page entière de son site Internet aux dangers de Snapchat [2]. Les Conseillers Principaux d'Education (CPE) rencontrés dans l'année ont, sans exception, désigné cette application comme la première menace en termes de cyber-violences pour leurs élèves. L'engouement des jeunes pour les réseaux sociaux inquiète quant à la qualité de leur sociabilité, leur intégrité physique et morale, leur

[2] E-Enfance, « Snapchat : Pour tout savoir sur le réseau social des jeunes adolescents », 10 novembre 2016, Consulté le 06/09/2017, sur http://www.eenfance.org/actualite/snapchat-savoir-reseau-social-jeunes-adolescents.html

disponibilité physiologique, psychique et temporelle pour les apprentissages scolaires. Malgré cela, certains adolescents pourraient utiliser Snapchat comme un espace d'expérimentation (Metton, 2004), d'apprentissage et de reconnaissance sociale. L'identité numérique serait alors un moyen de se singulariser, de se faire un nom, une réputation au sein d'un groupe de pairs. Il est possible que la tendance des collégiens à s'exposer sur Snapchat soit conditionnée par la méfiance des adultes qui les entourent, par leur proximité avec l'institution scolaire et par leur adhésion aux campagnes de sensibilisation qu'elle propose. On se représente généralement les classes populaires comme plus éloignées de la culture et des normes scolaires (Schwartz, 2011). Les collégiens issus de ces milieux encourent-ils pour autant des risques réputationnels spécifiques sur Snapchat ? J'étudierai l'interface de Snapchat pour comprendre comment elle incite les jeunes à partager des contenus et à entretenir leur réseau. Ensuite, je montrerai comment, sur ce réseau apparemment fermé, les collégiens mettent en scène leur appartenance au groupe de jeunes pour étendre leur communauté digitale. Enfin, je présenterai les risques concrets qu'impliquent ces pratiques numériques en établissement scolaire.

Snapchat pour néophytes

Créé en 2011 par des étudiants de Stanford, Snapchat est une application exclusivement disponible sur smartphone. La navigation dans cette application n'est pas intuitive, je l'ai représentée à l'aide de lettres (illustration 1). L'entrée dans l'application donne directement accès à la caméra (E/A). Il faut alors *swiper* vers la droite pour accéder au *chat* (B) ou vers la gauche pour visualiser les *stories* (C). Cette présentation ne tient pas compte de la mise à jour de février 2018, qui sépare : les activités privées avec les discussions et les stories des amis à gauche ; des activités publiques, avec un fil qui mélange stories populaires et stories commerciales à droite. L'algorithme de la version 2018 organise les stories d'après les habitudes des utilisateurs, alors que celui de la version étudiée ci-dessous les ordonnait selon la nouveauté des publications.

Illustration 1. Captures d'écran Snapchat : chat, snapcode et stories

Snap. (E/A) En anglais, un *snapshot*[3] désigne une photographie informelle, prise dans l'instant. Les utilisateurs ont la possibilité de prendre des photos et vidéos en mode selfie ou en caméra externe, et de les partager. Des outils d'édition sont à leur disposition pour les modifier : notamment des filtres en réalité augmentée, des transformateurs de voix, un outil dessin, la possibilité d'insérer texte, heure, géolocalisation, musique, autocollants, *etc.*

Amitiés. Sur le moteur de recherche de Snapchat les utilisateurs sont masqués. Pour les faire apparaître et les ajouter, il faut disposer d'un numéro, activer le mode d'ajout « *à proximité* », photographier un *snapcode* (D/G) ou connaître exactement un pseudonyme. La liste d'ajout rapide propose ponctuellement d'ajouter des « *amis en commun* ». L'intensité et la réciprocité des amitiés sont évaluées avec des emojis. Un cœur jaune indique les « *meilleurs amis* » (Ami 3) : les échanges sont réciproquement les plus nombreux. Si la relation est asymétrique, un « *sourire narquois* » apparaît (Ami 4), *etc.* Ces indicateurs disparaissent si la conversation est abandonnée. Le mode *snapstreak* associe des « *flammes* » aux conversations (Ami 2). Chaque jour

[3] Soanes C. & Stevenson A., 2009, *Concise Oxford English Dictionary*, 11th Ed., Oxford University Press, New York, p. 1364

de correspondance est comptabilisé. Quand 24h sans échanges sont bientôt écoulées, un sablier indique que les flammes risquent de disparaître.

Contrôles. Les utilisateurs définissent strictement avec qui ils partagent du contenu. Les icones triangle leur indique quand le contenu est reçu (Ami 1), ouvert (Ami 5) ou capturé (Ami 8), la flèche circulaire indique que le snap est rejoué (Ami 7).

Stories. (C) Depuis 2013, Snapchat offre la possibilité de diffuser à tous les contacts des photos et vidéos de 10 secondes maximum, éditables via l'application, cumulables et consultables pendant 24h. L'émetteur sait qui a visualisé chaque snap, qui en a fait une capture d'écran et peut les masquer à certains de ses contacts. Les commentaires se font en privé, via le chat. Ces *stories* sont présentées chronologiquement sur deux axes : à l'horizontal, les snaps de chaque profil défilent du plus ancien au plus récent ; à la verticale, les derniers utilisateurs à avoir partagé un snap apparaissent en haut de la liste (Ami A et B).

Temporalités. Initialement, les snaps étaient tous éphémères : l'émetteur définissait la durée de visualisation des photos et des vidéos entre 1 et 10 secondes. Depuis 2014, il est possible d'échanger des messages textes, censés disparaître, mais que les correspondants peuvent enregistrer. La fonctionnalité *memories* (F), apparue en 2016, permet aux émetteurs de conserver, visualiser et rediffuser les fichiers envoyés. Depuis mai 2017, il est possible d'envoyer des snaps consultables sur une durée illimitée. La firme Snapchat conserve plus durablement les contenus qu'elle ne les diffuse sur l'application.[4]

Scores. Les utilisateurs peuvent gagner des points et des trophées. Les points valorisent la quantité et la diversité des interactions. Le score total (1771) qui apparaît publiquement sous le *snapcode* (D/G) ne correspond pas à la somme des snaps envoyés et reçus, données qui restent privées. Certaines interactions rapportent plus de points, comme le fait de répondre immédiatement. Snapchat décerne des trophées quand certaines actions sont accomplies : obtention d'un certain score, utilisation de fonctionnalités, *etc*.

S'EXPOSER : GAGNER DES POINTS SUR UN RESEAU FANTOME

[4] Snap Inc. (2017) « Politique de confidentialité », Durée de conservation de votre contenu, consulté le 23/10/2017, URL : [https://www.snap.com/fr-FR/privacy/privacy-policy/]

Snapchat se distingue des autres services de messagerie par la temporalité de ses échanges, majoritairement éphémères, et par leur forme où prévalent les photos et les vidéos prises dans l'instant. La camera, placée au lancement et au centre de l'application, incite à la capture. Les images, traditionnellement marqueurs travaillés de la mémoire collective, deviennent un instrument de communication. Elles prennent la forme d'une locution (Labourdette, 2016, p. 97) qui adopte la temporalité de la conversation orale. Le *snapshot*, la photographie prise dans l'instant, devient *snapchat*, une conversation amicale et informelle[5]. Snapchat donne l'impression d'être un *réseau fantôme* par : 1) ses *échanges éphémères*, les messages disparaissent à peine perçus ; et par 2) ses *communautés invisibles*, on ne connaît ni les contacts des autres utilisateurs, ni leur nombre, ni leurs réactions. Toute conversation semble n'avoir de valeur que pour deux interlocuteurs, à l'instant présent. Ces apparents barrages à la dissémination incitent-ils les jeunes à s'exhiber davantage ? Cette messagerie est devenue presque incontournable pour le public juvénile qui profite de la gratuité du Wifi pour rester en contact. Une pléthore d'autres applications offre des services similaires, mais Snapchat procure aux adolescents des échanges ludiques, une impression de sécurité et d'entre soi.

Des échanges créatifs qui font marquer des points

L'interface, au graphisme fun et flashy qui lui donne des allures de jeu vidéo, met tout en œuvre pour séduire le jeune public. L'application, avec ses filtres en réalité augmentée, est un des premiers outils d'édition multimédia utilisé par la jeunesse. Il n'est pas rare de retrouver des productions qui en sont issues sur d'autres réseaux. A la manière des jeux vidéo ou des compétitions sportives, elle fait gagner des points et des trophées à ses utilisateurs pour la qualité et la diversité des interactions. Les gratifications prennent aussi la forme ludique d'emojis aux côtés des conversations. La valeur de l'amitié se définit en actes, par la fréquence, l'intensité et la continuité des échanges. Contrairement aux blogs où la communication était asynchrone (Fluckiger, 2006, p. 112), les smartphones et Snapchat incitent, avec la portabilité et les notifications, à la communication ininterrompue. Si ce n'est un véritable dialogue, ce dispositif créé une coprésence permanente, assurée par une discussion phatique

[5] *Chat* désigne en anglais une conversation amicale et informelle, Soanes C. & Stevenson A., *Op. Cit*., p. 240

(Licoppe 2002 ; Velten, Arif, & Moehring, 2017, p. 238) faite d'images « *fastfood* » (Verstraete, 2016, p.113) spontanées, de mauvaise qualité et rapidement retouchées. Pour autant, ces indicateurs ne sont pas des dispositifs réputationnels à proprement parler. Ils témoignent de l'intensité et de la forme des échanges, mais, à la différence des *likes* ou des commentaires, ne disent rien du jugement des interlocuteurs. Le score reste un indicateur assez obscur. Il ne laisse pas transparaître les calculs utilisés pour l'obtenir. Quant aux trophées, seul le propriétaire du profil y a accès. Enfin, Snapchat ne transmet pas publiquement les informations relatives à la communauté du contact. Les utilisateurs y semblent détachés de leur ancrage social.

Impression de sécurité et contrôle les traces

Dans un contexte où, d'un côté, les adolescents sont incités à partager toujours plus d'informations personnelles, et où, de l'autre, le « *cyberharcèlement* » a émergé comme un problème de société contre lequel l'institution scolaire ne cesse de se mobiliser (Debarbieux & Wuilleumier, 2016, p. 114-117), Snapchat apparaît aux yeux des jeunes comme le meilleur des compromis. Ces échanges fantômes leur donnent le sentiment qu'aucune preuve ne pourra être retenue contre eux. Certains s'autorisent à envoyer à leurs amis des « *photos fichas*[6] », adoptant des postures ridicules, dans le seul but de les faire rire. Beaucoup utilisent les options de dessin, les filtres et les autocollants comme protection. Ils s'en servent pour masquer leur visage, celui d'un figurant, une partie de leur corps ou une information contextuelle. Ils ont un contrôle relatif sur le contenu partagé, mais aussi sur sa diffusion. Si le récepteur veut conserver l'image, il doit recourir à une fonctionnalité externe, la capture d'écran, mais l'émetteur est censé en être prévenu par une notification.

Entre soi pour une expérience immersive du quotidien

Bien que la cyberviolence soit la plupart du temps le fait d'agressions entre élèves qui se connaissent (Blaya, 2016), les jeunes redoutent qu'un inconnu mal intentionné ne vienne les espionner sous couvert d'anonymat. Sans

[6] De « *se taper l'affiche* », être humilié publiquement.

moteur de recherche d'utilisateurs, il est *a priori* compliqué de se connecter avec des inconnus. Comme avec les blogs (Delauney-Téterel, 2010, p.116), sur Snapchat, les adolescents peuvent filtrer leur audience et doivent prévenir leurs amis de l'existence de leur profil pour être retrouvés. C'est aussi un moyen d'échapper au contrôle de la famille ou des enseignants qui maîtrisent désormais Facebook.

Les réseaux sociaux offrent aux adolescents la possibilité d'obtenir une certaine indépendance relationnelle et de conquérir leur autonomie (Metton, 2004). Ils peuvent y concilier restrictions de sortie et sociabilité amicale. Les parents utilisent très rarement Snapchat, déroutés par son utilisation peu intuitive. Au contact du groupe et en consultant des tutoriaux sur YouTube sur les « *astuces cachées* » de Snapchat, les jeunes développent un savoirfaire suffisamment avancé pour conquérir cet espace et se libérer du regard des adultes. Via ce réseau, les adolescents peuvent recréer une communauté d'entre soi, très homogène au niveau générationnel.

Une forte contrainte réputationnelle pèse sur les réseaux numériques. Ils réunissent des individus d'univers différents qui risquent de réagir de manière inappropriée (Boyd, 2014, p.33-35). Les attitudes valorisées par les uns, peuvent être discréditées par les autres. Le « *ouf* » (Mohammed, 2009, p. 182) respecté par les jeunes est la « *mauvaise fréquentation* » de l'arène familiale. Les valeurs dissonantes voire contradictoires de différentes arènes sont susceptibles de se rencontrer. Or, sur Snapchat, les publics ne se croisent pas. Les individus peuvent s'adapter à chaque situation, sans avoir à assumer les rôles qu'ils endossent en d'autres occasions. L'entre soi donne aux adolescents l'impression de pouvoir interagir, et d'expérimenter plus librement qu'ils ne le feraient en présence des adultes.

L'entre soi est d'autant plus déterminant que des échanges publics sont possibles. Le *storytelling* fait de Snapchat un espace particulièrement propice à l'immersion et à l'expérimentation. C'est le théâtre d'identités agissantes (Georges, 2009), de chroniques du quotidien elliptiques et suggestives (Verstraete, 2016, p. 109), en sons et en images. Les collégiens se montrent et observent la vie de leurs camarades, en dehors de l'établissement. Les images deviennent un support narratif, qui restitue avec réalisme les expressions, les voix et les décors. Un quotidien linéaire, réaliste et informel est soumis à l'audience. L'impression de présence à distance est vivifiée.

DES MISES EN SCENE POUR DES PUBLICS INVISIBLES

Si les options proposées par l'application sont restreintes, les usages eux, sont infinis. En fonction des fins poursuivies, les utilisateurs peuvent détourner des fonctionnalités. Même si les indicateurs réputationnels sont limités et privés, les jeunes mettent paradoxalement au point des stratégies pour rendre compte du jugement de la communauté à leur égard. Comment certains collégiens transforment-ils cette plateforme fermée, conçue pour mettre en valeur une identité agissante, qui rend compte des activités, en outil de promotion d'une identité calculée (Georges, 2009) ? J'analyserai les pratiques des collégiens les plus actifs, en montrant comment ils subvertissent ce réseau initialement conçu pour des échanges éphémères et bilatéraux. Je décrirai le système de publicité qu'ils ont organisé et qui permet d'ouvrir le réseau à de nouveaux contacts. J'expliquerai comment ils se mettent en scène avec leur communauté pour analyser la forme particulière de e-réputation produite par ces activités.

Une sociabilité extensive sur un réseau fermé

Au vu de son fonctionnement, Snapchat est *a priori* un réseau qui favorise le maintien de liens forts (Cardon, 2008, p. 115-116) avec le réseau de connaissances hors-ligne, exclusif (Phua et al., 2017). Or, les adolescents mettent en place des moyens techniques pour contourner ces limites et développer une sociabilité extensive et inclusive. Snapchat serait, pour reprendre l'expression de Deleuze, un dispositif « *qui fuit* » (MonnoyerSmith, 2013, p. 22). Les contraintes sociotechniques qui y sont établies sont dépassées par les désirs et la créativité des jeunes utilisateurs. Pour surmonter l'absence de moteur de recherche de profils et faire de nouvelles connaissances, les adolescents coopèrent. On les voit fréquemment publier des annonces dans leur story publique : *« Fais-moi de la pub, envoie une photo de toi avec ton pseudo et je te mets dans ma story* ». Ces publicités qui consistent, concrètement, à partager avec sa communauté une photo d'un ami à laquelle on superpose un bandeau avec son pseudonyme « *ajt* [pseudo] » ou à laquelle on fait suivre un snapcode, permettent aux adolescents d'ajouter des personnes qu'ils connaissent peu ou pas hors-ligne.

Il existe des comptes dédiés à la publicité et des jeunes qui utilisent cette technique pour conquérir une certaine forme de célébrité. Ces publicités sont toutefois suffisamment répandues chez les utilisateurs modérés pour que tous

les snapchateurs des collèges B, C et D soient en mesure de faire de nouvelles rencontres.

Cette publicité peut être partagée en public ou en privé via le chat. Dans ce système, les échangistes ne sont pas égaux. Celui qui « *fait* » le plus de vues peut demander à l'utilisateur qui lui fait une pub une capture d'écran en guise de preuve. Capter l'attention donne donc, dans une certaine mesure, la capacité de donner l'accès aux autres à une communauté plus large. Certains jeunes n'hésitent pas à valoriser cette ressource en l'indiquant sur leur profil : « [pseudo].*5k* » 5000 followers actifs, comme une démonstration du potentiel de visibilité du compte. Dédier son compte à la publicité est un moyen très efficace d'accumuler de nombreux contacts et de se faire connaître au-delà du réseau hors-ligne. Samy a créé un compte de publicité en début d'année :

> J'ai eu raison car ce compte y marche bien donc voilà ! (…) Déjà je galère moins et deuxièmement je rencontre d'autres gens (Conversation Snapchat avec Samy, 14 ans, classe moyenne, collège D, 4e, en difficulté)

Plus ces comptes sont sollicités, plus la publicité est sélective. Cette sélection, sur concours ou tirage au sort, suit une logique d'efficacité : si la story est trop longue, l'audience risque de zapper. On peut supposer que dans ce réseau fermé, les membres qui ont un fort degré de centralité condensent davantage d'influence que sur des réseaux ouverts. En l'absence d'un moteur de recherche, les utilisateurs dépendent des membres de leur communauté pour ajouter des contacts en ligne. Ce sont les comptes qui font de la publicité qui créent des liens entre les communautés et ouvrent ce réseau fermé.

Faire valoir ses amitiés sur un réseau fantôme

Snapchat ne donne pas directement accès au réseau des autres utilisateurs. Les adolescents adoptent donc différentes stratégies, selon les âges, pour montrer à l'audience que leur profil n'est pas isolé, mais bien partie prenante d'un groupe. La mise en scène de ces liens fait office de présentation de soi, à un âge où l'appartenance au groupe est un des principaux vecteurs d'identité. Les plus jeunes (10-13 ans) réutilisent des contenus existants et les mots d'autrui pour qualifier leurs liens amicaux, avec des tests capturés sur d'autres stories. « *Envoie un nombre* » et l'émetteur en déduit la qualité

de la relation en cochant une case : « *ma vie* », « *meilleur ami* », « *mon tout* », « *mon H24* », « *L'sang* », « *rien* », *etc*… Les préadolescents apprennent d'abord à exprimer leurs amitiés par mimétisme.

Avec l'expérience, les adolescents osent partager leurs propres productions et expriment leurs liens de manière plus authentique. Ils se filment seuls ou en compagnie de leurs amis. Ils partagent des vidéos et des photos plus anciennes, conservées dans les *memories*. Ils contournent l'aspect éphémère de l'application pour invoquer la mémoire collective, affirmer publiquement la longévité de leurs relations, reconnaître leur force ou déplorer leur superficialité. Sur fond noir, ils qualifient l'intensité des liens qu'ils distinguent et renforcent : aux textes de déclarations d'amitié, se succèdent complaintes et attaques indirectes :

> Tu m'aime pas Mais tu m'espionne j'adore. (Story de Dounia, 14 ans, classe populaire, collège B, 4e).

Moins concernés par les différences macrosociales que les adultes, les jeunes organisent eux-mêmes la hiérarchie dans le groupe de pairs (Bidart, 1997, p. 242) en confirmant ou infirmant leurs liens amicaux.

Promouvoir sa propre réputation

Sur Snapchat, il n'existe pas de dispositifs réputationnels à proprement parlé. Les indicateurs des liens avec la communauté ne sont accessibles qu'en privé. Si les jeunes veulent rendre compte de l'attention qui leur est portée, c'est à eux de réinterpréter ces indicateurs ou d'en créer et de les diffuser.

La recherche d'une visibilité sur les contenus publics ne concerne qu'une relative minorité de snapchaters. Ceux-ci publient des contenus en permanence pour rester en tête des stories à visualiser. Ils racontent leur quotidien sous forme d'un *microvlog* dans lesquels ils multiplient les marques d'affection envers leur communauté «*la famille* », « *la mif* », « *les sangs* », « *je vous kiffe trop, sérieux* » et les effets d'annonce « *à 23h je fais des pubs* », « *demain je partage une nouvelle vidéo musical.ly* ». Ils s'allient avec d'autres snapchaters relativement connus pour accéder à leur communauté en organisant des défis ou en échangeant des publicités. Ces jeunes cherchent à acquérir un capital de visibilité (Heinich, 2005), c'est-àdire à capter l'attention du plus grand nombre par la promotion et par la diffusion en continu d'images d'eux-mêmes, un capital qui pourrait les

élever au rang de microcélébrité (Senft, 2013). Ces adolescents mettent donc en avant, la quantité des liens, le nombre de vues et de réactions qu'ils récoltent à partir de leur story. L'activité de leur communauté revient de manière récurrente dans leur récit du quotidien.

La quantité des contacts n'a pas de valeur en soi. Sur Snapchat, les utilisateurs ont accès à leur liste d'amis, mais aucun compteur dénombrant ces liens n'est mis à disposition. S'il arrive que des collégiens les comptent à la main, ce dispositif oriente leur attention sur les contacts actifs, avec lesquels ils tissent un lien concret. Si les microcélébrités mettent en avant l'attention impersonnelle sur leurs contenus publics, les autres snapchaters mettent en avant leurs liens bilatéraux et la permanence de leurs échanges. Pour certifier la qualité de ces liens, ils partagent des captures d'écran du *chat*. C'est là que l'application indique, au moyen d'« *émojis* » – comme les « *flammes* », l'intensité et la longévité des échanges avec les contacts. Le contenu des échanges est parfois révélé : déclarations, embrouilles, délires. Généralement, pour faire des flammes, les jeunes envoient à tous leurs contacts les mêmes snaps. Leur style varie, certains partagent des grimaces, des sorties ou des repas. Certains à cours d'inspiration ou peu désireux de se montrer, envoient simplement des écrans noirs, la main sur l'objectif de la caméra. Pour créer de nouveaux liens, ils interpellent publiquement leur communauté à partir de leur story « *ya ki ?* », « *ki veu faire des flammes ?* », « *pose une question que t'as jamais osé poser* ».

> Je fais des flammes avec mes meilleurs amis et avec ceux que je parle récemment. Pour moi, quand t'as des flammes c'est que la personne tu l'apprécies. Si tu envoies des vidéos c'est pas pour rien. La plupart du temps j'envoie des fichas. Mais j'envoie pas à tout le monde en fait. (…) Vu que je n'aime pas me montrer, je prends que des écrans noirs et je mets des flammes pour dire que c'est des flammes. (Laura, 15 ans, classe populaire, collège C, 3e)

Toutefois, la permanence des liens ne laisse pas entrevoir la qualité du jugement que les autres portent au sujet de l'utilisateur. Pour en donner un aperçu, les adolescents croisent les fonctionnalités de différentes applications. Ils se sont emparés, dès son inauguration, en juillet 2017, de la fonctionnalité permettant d'insérer des hyperliens dans les story. Par ce moyen, ils publient des liens vers l'application Sarahah qui permet d'écrire un message de manière anonyme. L'anonymat a ainsi libéré la censure autant en termes de confidences (questions, déclarations) que de transgressions (vulgarité,

insultes, menaces). Ils ont utilisé cette application pour découvrir et partager les jugements que leur portait leur communauté, tout en élaborant des stratégies pour garder le contrôle de leur image et connaître l'identité de leur interlocuteur. Ainsi, ils pouvaient sélectionner les jugements qu'ils souhaitaient partager dans leurs story et, jouer sur l'asychronie des échanges pour préparer des réponses leur permettant de ne pas perdre la face.

CONFRONTATION DES ARENES : DE SNAPCHAT AU COLLEGE

Pour être suivi, provoquer des réactions et devenir visible sur Snapchat, il faut partager. C'est la révélation bien calculée de soi qui donne aux jeunes l'opportunité de retenir l'attention. Si l'attention est objectivée par les indicateurs, la qualité des appréciations ne l'est pas. Quand les utilisateurs rendent compte des jugements des autres, ils ont la possibilité de les sélectionner et d'y répondre. En d'autres termes, sur ce réseau, la synthèse des jugements des autres ne peut être opérée que par le sujet même de la réputation. Or, il existe des situations dans lesquelles l'effort intentionnel pour obtenir certains résultats produit l'inverse de celui escompté. Rechercher à obtenir la gloire, ou à donner une bonne impression est une quête fortement périlleuse. L'image que les autres se font de nous est ce que Jon Elster (2009, pp. 79-93) appelle un *état essentiellement secondaire*. L'approbation collective ne saurait être le produit direct de la volonté d'un sujet qui mettrait en œuvre des moyens pour l'obtenir, en suivant les principes de la rationalité instrumentale. Parce qu'ils révèlent le calcul du sujet, les moyens subvertissent la fin réputationnelle. De ce point de vue-là, les collégiens ont un sens critique très aiguisé. L'authenticité est une des valeurs auxquelles ils se réfèrent le plus souvent quand ils parlent des fondements de leurs amitiés. Paradoxalement, même si les vues sont un critère de réussite sur les réseaux en ligne, ils perçoivent les stratégies mises en place par leurs pairs pour en attirer l'attention. Ils attribuent à ceux qui en abusent pour « *percer* » sur Snapchat le surnom très péjoratif de « *suceurs* ». Une bonne réputation dans l'arène de Snapchat, peut se traduire par une mauvaise réputation dans celle du collège. Dans chacune de ces arènes, les critères de l'action obéissent à des modèles de rationalité différents, qui peuvent mener à des jugements qui se contredisent. Le dispositif de Snapchat a tendance à inciter les jeunes à suivre une logique essentiellement utilitariste pour capitaliser sur le marché de l'attention (Citton, 2014). Alors que dans le

collège, l'apprentissage de la sociabilité juvénile pousse les adolescents à orienter, à juger et à agir avant tout en termes axiologiques
(Weber, 2008 [1922], pp. 55-57), à travers les normes et les valeurs qu'ils sont en train de s'approprier. Isolés derrière leur écran, les adolescents peuvent avoir des difficultés à anticiper la réception de leurs publications hors-ligne, au sein des groupes de collégiens. C'est ainsi qu'une réputation *a priori* positive sur Snapchat, peut s'avérer négative au collège.

Le paradoxe du « *cyber* »

Les microcélébrités de Snapchat qui sont suivies, encouragées, promues, admirées par de nombreux adolescents en ligne, peuvent être également décriées, prises comme objet de moqueries et de rumeurs au collège. Cette dissonance s'incarne dans le terme « *cyber* » qui est, dans le langage courant, un préfixe présent dans les mots du numérique ; et, selon les jeunes, le verlan de Bercy, représentation de la célébrité nécessaire pour remplir le Palais Omnisport. Ce terme de « *cyber* », dont les traces sur la toile remontent au début des années 2010 et qui reste inconnu dans le collège favorisé A, est très péjoratif et utilisé pour mettre des individus à l'écart du groupe. L'apprentissage de la domination se traduit par l'acceptation de la fermeture du champ des possibles et par le renoncement à des ambitions élevées. Le principe de conformité, norme explicite du goût populaire, condamnerait sévèrement les tentatives d'accéder à autre chose et entrainerait de vifs rappels à l'ordre (Bourdieu, 1979, p. 443-444). Gagner en visibilité sur les réseaux, c'est s'émanciper des frontières sociales et urbaines. Au fond, on reproche aux « *cybers* » de se servir d'une appartenance factice à la banlieue pour conquérir des publics extérieurs. Ils sont perçus comme des chercheurs d'embrouilles qui veulent faire le buzz tout en se cachant derrière un pseudonyme. On les pense incapables « *d'assumer* » leurs attitudes, c'est-àdire, d'être les mêmes en face à face. Comme ils passeraient tout leur temps en ligne, ils n'auraient que des amis virtuels pour les défendre. Or, l'honneur est une des valeurs piliers de l'appartenance aux bandes de jeunes dans les quartiers. Dans chaque établissement de banlieue, cinq à dix jeunes sont désignés comme « *cyber* », mais aucun d'entre eux n'accepte d'endosser ce titre.

Tu es une « cyber » ?

> Non [*les élèves dans la permanence : « mais si tu es une cyber »*]. Non c'est faux. [*les élèves dans la permanence : « mais si, sors ton téléphone »*]. Moi je ne me sens pas être une cyber. Moi ça m'énerve d'être une cyber, parce qu'il y a des cybers qui restent dans les gares, (…) y en a certaines qui ont mal tourné. (…) Il y a les cybers qui prennent [*ton snap*] dans les gares et tout ou ils disent viens à Châtelet. Ils viennent, ils parlent avec la personne. (…) Moi, par exemple, on me dit que je suis une cyber mais je n'aime pas, parce que moi je ne vais pas voir les gars. (Sia, 14 ans, classe populaire, collège B, 4e)

Le « *cyber* » incarne l'image du jeune qui traîne en bande d'une cité à l'autre, dans les gares. A la recherche d'animation (Oppenchaim, 2016, p. 81-95) et de visibilité (Kokoreff, 1993, p. 177), ces bandes adoptent des conduites ostentatoires qui seraient réprimées par les grands dans le quartier. Ces adolescents en provoquent d'autres et courtisent les jeunes du sexe opposé, venus d'autres quartiers. Ils incarnent les personnages du garçon « *soin* » et celui de la « *tchoin* » qui cherchent à séduire, par un travail jugé excessif de leur style vestimentaire. La mobilité urbaine des jeunes n'est pas nouvelle, mais les contacts tissés ponctuellement avec d'autres quartiers se prolongent désormais sur Snapchat. Le nœud géographique devient un nœud numérique qui se fraye un accès vers d'autres communautés et permet, au moyen des publicités, de démultiplier les liens, au-delà des frontières de l'espace urbain ségrégué. Cette extension donne à certains l'opportunité d'entrer sur le marché de la sexualité : troc de *dickpic*[7] contre *nude*[8], publicités rémunérées pour la diffusion de programme d'escorte ou pour leur recrutement, « *plan sous venez pv*[9] ». Le « *cyber* » dont la visibilité excède les frontières du quartier écope d'une mauvaise réputation, il est stigmatisé, soupçonné de braver les interdits. Critiqué, exclu, il est l'anti-héros du conte moral de l'établissement.

Rencontres sous contrôle et réputations genrées

Il n'est pas nécessaire d'être un « *cyber* » pour être décrié par le groupe. Les adolescents utilisent les réseaux comme un moyen d'échanger avec le sexe opposé, d'expérimenter la séduction ou de révéler ses sentiments (Metton,

[7] Photo du sexe masculin

[8] Photo nue, généralement demandée aux filles

[9] Venez parler en privé

2004). En effet, dans tous les établissements étudiés, on constate que le groupe exerce un contrôle dense de la parole entre les filles et les garçons. Snapchat permet aux adolescents de contourner la norme de réserve relationnelle (Clair, 2009, p. 35-38) à laquelle ils doivent se conformer dans l'établissement.

> On ne se parle pas en vrai. C'est juste bonjour. (…) On a une phrase au collège ou on s'insulte et le soir quand on rentre c'est calme, comme s'il ne s'était rien passé la journée. C'est bizarre. Le soir on se parle normal, ils me donnent des conseils, je les aide pour faire des devoirs. On parle de tout. On parle de la téléréalité. Quand on arrive ici, bam ! Changement. Changement devant leurs potes. Un par un. Ils changent tous. Quand ils se retrouvent en groupe, ils ont un air hautain. (Kenza, 15 ans, classe favorisée, collège C, 3e)

En banlieue, l'utilisation même discrète de Snapchat est parfois prohibée par les grands frères qui estiment leur petite sœur trop jeune pour rencontrer des garçons. Quelques publicités sur Snapchat, une rencontre, suffisent à menacer l'image sociale. Transgresser la norme de réserve relationnelle, c'est attirer les soupçons sur soi. Même si des garçons plus âgés abusent de la naïveté de filles à la recherche de premières expériences sentimentales, c'est toujours l'attitude de ces dernières, quand elles s'exposent à des rumeurs, qui est sanctionnée le plus violement.

> Ces filles elles ne se respectent pas c'est tout. Elles, sont en 5e, 4e, elles pensent déjà à faire ça. Elles sont là, elles ne travaillent même pas à l'école, elles sèchent les cours pour aller voir leurs soi-disant gars alors que les gars ils jouent avec eux. La génération de maintenant les gars ils sortent avec 5 meufs en même temps, en général. T'façon Snapchat là... Par exemple sur Facebook ou sur Snap ou sur Insta, ils vont voir une photo d'une fille. Ils vont dire ouais elle est belle, ils vont *liker* sa photo après ils vont parler en messagerie avec elle : t'habites où, tu t'appelles comment, t'as quel âge... Au début ils sympathisent avec eux, comme si c'était leur pote. Après ils commencent à rentrer dans le vif du sujet. Ils commencent à dire, c'est quoi ton type de gars. La plupart, la fille elle dit : ouais, c'est pour qui ? Ils disent non c'est pas pour moi alors qu'en fait c'est pour eux. Après ils disent pas qu'ils sont intéressés. Ils disent à la fille, vient on se capte quelque part et après quand il va la voir en

> vrai ils vont dire ouais je suis intéressé. J'ai beaucoup de copines à qui c'est arrivé. (Mimi, 14 ans, classe populaire, collège D, 4e)

Des rumeurs naissent dans les collèges dès que les premiers signes de tentative de séduction sont perceptibles : photo « *miroir* » qui laisse apercevoir les formes, décolleté, rajouts, maquillage, *etc*. Le contexte du snap compte. Une élève de 5e du collège B a été suivie jusqu'au hall de son immeuble par une horde de garçons, cherchant à l'attoucher. Elle avait snapé dans une chicha, un lieu, qui dans l'imaginaire collectif, est réservé aux hommes et aux « *beurettes* » [10]. Des lynchages de ce type sont ponctuellement organisés à partir de Snapchat : sur des cibles individuelles, afin de sanctionner une fille, ou collectives, comme « *la journée de la fesse* » qui consiste à attoucher le plus de filles possible. Dans les collèges REP, B et D où ces pratiques sont les plus intenses, s'opère un travail de désexualisation, par le contrôle du corps et du comportement des femmes (Lapeyronnie, 2008, p. 547). La féminité affichée sur les réseaux est perçue comme une trahison et une menace pour le groupe qu'il faut repousser.

Les snaps publics et privés sont soumis au contrôle collectif. Comme ils le faisaient sur les Skyblogs (Fluckiger, 2006, p. 122), les jeunes contournent la protection d'image sur Snapchat : ils se déconnectent, le temps d'une capture d'écran afin d'enregistrer et de diffuser des données à l'insu de l'émetteur. Ils peuvent télécharger des applications qui leur permettent d'enregistrer les vidéos. Les adolescents échangent fréquemment le mot de passe Snapchat.
C'est pour eux à la fois un moyen d'entretenir les « *flammes* » en cas de problème de connexion, de se faire de la publicité sur la story de leurs amis, mais c'est également un test de confiance (Valkenberg & Peter, 2009, p.93), de fiabilité, marqueur de l'authenticité de l'amitié. L'amitié, médiée par le smartphone, se définit chez les adolescents, par la présence, le partage du quotidien, la disponibilité et la permanence (Bidart, 1997, p.220), mais aussi et surtout, par la confiance qui se prouve par la possibilité de confidence, d'échange de mot de passe. Ce contrôle, que les jeunes cherchent également à obtenir quand ils se mettent en couple, entretien également de la méfiance.
Il permet l'intrusion dans les échanges privés et sert de moyen de pression en cas de trahison. Par exemple, Norah, une élève de 3e du collège C, issue d'une famille musulmane favorisée, a demandé à son ex petit-copain, le mot de passe de sa nouvelle copine. Elle y a trouvé des vidéos de cette fille nue,

[10] En banlieue, on désigne ainsi les filles d'origine maghrébine qui arborent un style provoquant et qu'on imagine être de petite vertu.

devant un garçon, qui se masturbe. Norah, qui revendique sa virginité, se sent trahie par cette fille qui lui a pris son copain. Elle a décidé partager la vidéo pour lancer une rumeur au collège.

Hors ligne, il est rare que les adolescents s'aventurent seuls à la rencontre de leur prétendant. Ils y vont, accompagnés d'un confident ou de leur bande d'amis. Or, plus il y a de personnes présentes lors de la rencontre, plus le risque de dissémination et d'extrapolation de rumeur est grand. Pour prévenir les risques de tomber sur des garçons « *pas sérieux* » qui dégraderaient leur image, les filles s'organisent. Elles lisent et interprètent ensemble les messages des garçons. « *Au pire, on fait des tests* » (Assia, 15 ans, classe populaire, collège B, 3e). Elles créent des faux comptes en utilisant des photos d'inconnues récupérées sur Instagram, elles inventent des faux pseudonymes, trafiquent leur voix avec l'éditeur. Sous cette fausse identité, elles essaient de séduire le garçon pour vérifier s'il est vraiment sincère avec leur amie ou si c'est un « *player* » qui salirait sa réputation. Les moyens techniques disponibles pour s'exhiber, comme pour se cacher derrière une fausse identité, font de Snapchat un outil puissant du contrôle social juvénile dans les quartiers populaires. Loin d'être une arène isolée et étanche, elle accélère et amplifie la diffusion de rumeurs et la cristallisation de réputation au sein de l'établissement et du quartier.

CONCLUSION

Les risques réputationnels pris par les adolescents des quartiers populaires sur Snapchat, qui leur apparaît paradoxalement comme un réseau plus sûr, sont importants pour une raison simple : leur exposition est plus intense et plus diffuse. Cette intensité s'explique par les incitations du dispositif technique à partager en permanence. Les trophées décernés, les flammes, le nombre de vues, font l'objet de compétitions dans les stories publiques. La dissémination de leur image s'explique, à l'inverse, par une subversion du dispositif, réservé initialement aux échanges bilatéraux. Un système de troc publicitaire permet aux utilisateurs d'accéder, par effet de boule neige, à d'autres communautés. Globalement moins familiers de la modération préconisée dans l'usage des réseaux par l'école et les classes favorisées, ils sont davantage enclins à adopter ces stratégies de conquête sur les réseaux.
Néanmoins, le capital attentionnel acquis sur Snapchat n'est pas nécessairement transférable dans l'arène du collège. En effet, les jugements ne portent pas tant sur la quantité de liens tissés que sur leur authenticité. Les

collégiens utilisent même un mot spécifique pour signifier ce retournement de réputation : « *cyber* ». Il est important de noter que ce risque est sexuellement différencié. Dans les quartiers, on surveille les vêtements, le comportement et les relations des filles pour les préserver des garçons. Elles ont tendance à se laisser piéger sur ce réseau qui incite au partage d'images. Elles n'ont pas forcément conscience de la multitude de regards potentiels derrière l'écran, ou veulent prouver leur confiance, valeur centrale dans les sociabilités juvéniles observées, en donnant leur mot de passe. Quand le contrôle social est rétabli hors ligne, des rumeurs et des réputations engendrent des comportements de rejet à leur égard.

REFERENCES

AGUITON, C. *et al.* (2009). « Does showing off help to make friends? Experimenting a sociological game on self-exhibition and social networks » in *Proceedings of the 3rd international ICWMSN conference*, San Jose, p. 10-17

BEUSCART, J.-S. *et al.* (2015). « La Réputation et ses Dispositifs. Introduction » in *Terrains & travaux*, vol. *1* n°26, p. 5-22.

BIDART, C. (1997) L'Amitié, un lien social. La Découverte, Paris.

BLAYA, C. (2016). « Cyberviolence : état de la question ». In *L'école face à la violence : décrire, expliquer, agir*, Armand Colin, Paris, p. 52-64

BOURDIEU, P. (1979). *La Distinction, critique sociale du jugement*, Col. Le Sens Commun, Minuit, Paris.

BOYD, D. (2011). « White flight in networked publics? How race and class shaped American teen engagement with MySpace and Facebook. » *in Race after the Internet*, Routledge, pp. 203-222.

BOYD, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens,* New Haven, Yale University Press, London.

CARDON, D. (2006). « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 ». in *Réseaux*, vol. *152* n°6, p. 93-137.

CHAUVIN, P.-M. (2013). « La Sociologie des Réputations ». in *Communications*, Seuil, vol. *93*, p. 101121.

CHRISTOFIDES, E. *et al.* (2009). « Information Disclosure and Control on Facebook: Are They Two Sides of the Same Coin or Two Different Processes? » in *Cyberpsychol Behav.*, vol. *12* n°3, p. 341345.

CITTON, Y. (2014). « Introduction ». in *L'économie de l'attention: Nouvel horizon du capitalisme ?* (pp. 7-31). Paris: La Découverte.

CLAIR, I. (2008). *Les jeunes et l'amour dans les cités*, Armand Colin, Paris.

COËFFE, T. (2017, 20 juin). «Chiffres Snapchat 2017», Consulté le 23/10/2017 [URL : https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-snapchat/]

DAGNAUD, M. (2013). *Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion.*, Presses de Science Po, Vol. 29, Paris.

DEBARBIEUX, E., & WUILLEUMIER, A. (2016). *Les interventions des policiers et des gendarmes en matière de sécurité des établissements scolaires, IPOGEES,* ANR, INHESJ, UPEC, Paris.

DELAUNAY-TETEREL, H. (2010). « L'affichage public des amitiés. Le blog au lycée » in *Ethnologie française*, vol. *40* n°1, p. 115-122.

ELMER, N. (2011). « La réputation comme un instrument social ». in Seuil, vol. *93*, p. 8589.

ELSTER, J. (2009). *L'irrationalité. Traité critique de l'homme économique.* Seuil Tome 2. Paris.

FINE, G. A. (1986). « The Social Organisation of Adolescent Gossip: The Rhetoric of Moral Education » in *Children's Worlds and Children's Language,* Mouton de Gruyter, New York, p. 406-421.

FLUCKIGER, C. (2006). « La sociabilité juvénile instrumentée. L'appropriation des blogs dans un groupe de collégiens », in *Réseaux*, vol. *4* n°138, p. 109-138.

GALLAND, O. (1991). *Sociologie de la jeunesse. L'entrée dans la vie*, Armand Colin, Paris.

GEORGES, F. (2009). « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. », in *Réseaux*, vol. *2* n°154, p. 165-193.

GOFFMAN, E. (2006 [1959]). *La Mise en Scène de la Vie Quotidienne*, Tome 1, La présentation de Soi, Les Editions de Minuit, Lonrai.

GRANJON, F., & DENOUËL, J. (2010). Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, vol.1, n°1, 25- 43.

HARGITTAI, E. (2007). « Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. », in *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. *13* n°1, article 14.

HEINICH, N. (2005). De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique. Gallimard, Paris.

KOKOREFF, M. (1993) « L'espace des jeunes : Territoires, identités et mobilité ». in *Les Annales de la recherche urbaine*, N°59-60, Mobilités. pp. 171-179

KOZINETS, R. V. (2015). *Netnography : Redefined* (2nd edition), SAGE Publications Ltd., York University, Canada.

LABOURDETTE, B. (2016). « Des vies en images », in *Esprit*, n°6, p. 93-98.

LAPEYRONNIE, D. (2008). *Ghetto urbain. Ségrégation, violence, pauvreté en France aujourd'hui*, Robert Laffont, Paris.

LICOPPE, C. (2002). « Sociabilite et technologies de communication. Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communication mobiles », in *Réseaux*, vol. *2* n°112-113, p. 172-210.

METTON, C. (2004). « Les usages de l'Internet par les collégiens. Explorer les mondes sociaux depuis le domicile », in *Réseaux*, vol. *1* n°123, p. 59-84.

MOHAMMED, M. (2009). « Les affrontements entre bandes : virilité, honneur et réputation », in *Déviance et Société*, vol. *33* n°2, p. 179-204.

MONNOYER-SMITH, L. (2013). « Chapitre 1 - Le web comme dispositif : comment appréhender le complexe? » in C. Barats, *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, Armand Colin, Paris pp. 11-31

OPPENCHAIM, N. (2016) *Adolescents de cités. L'épreuve de la mobilité*, Presses universitaires François-Rabelais

PASQUIER, D. (2005). *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*, Autrement, Paris.

PHUA, J. *et al.* (2017). « Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat », in *Computers in Human Behavior*, vol. *72*, p. 115-122.

RAGOUET, P. (2000). « Notoriété professionnelle et organisation scientifique ». in *Cahier Internationnaux de Sociologie*, vol. *109*, p. 317-341.

SEGUIN, B., & TEILLARD, F. (1996). *Les Céfrans parlent aux Français : Chronique de la langue des cités*, Edition Calmann-Lévy, Paris.

SENFT, T. (2013). « Microcelebrity and the branded self ». In *A Companion to New Media Dynamics*, Malden, Blackwell, p. 346-354.

SCHWARTZ, O. (2011) « Peut-on parler des classes populaires ? » La Vie des Idées. URL : http://www.laviedesidees.fr/Peut-on-parler-des-classes.html.

VALKENBURG, P., & JOCHEN, P. (2009). « Social Consequences of the Internet for Adolescents. », in *Current Directions in Psychological Science*, vol. *18* n°1, p. 15.

VELTEN, J. *et al.* (2017). « Managing Disclosure through Social Media: How Snapchat is Shaking Boundaries of Perceptions », in *The Journal of Social Media in Society*, vol. *6* n°1, p. 220-248.

VERSTRAETE, G. (2016). « It's about Time. Disappearing Images and Stories in Snapchat ». in *Image & Narrative*, vol. *17* n°4, p. 104-113.

WEBER, M. (2008[1922]). *Économie et société. Les catégories de la sociologie*. Pocket, Tome 1. Paris.